



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**RELACIONES ENTRE ARTE Y MODA: DIÁLOGOS Y
JUEGOS DE IDENTIDAD.**

**DESDE LA ALTA COSTURA EN EL VESTIR HASTA
NUESTROS DÍAS**

TESIS DOCTORAL

Rocío Luque Magañas

Director: Ana Julia Gómez Gómez

MÁLAGA, 2015



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

AUTOR: Rocío Luque Magañas

 <http://orcid.org/0000-0002-4332-967X>

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode>

Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización pero con el reconocimiento y atribución de los autores.

No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer obras derivadas.

Esta Tesis Doctoral está depositada en el Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga (RIUMA): riuma.uma.es



**DRA. ANA JULIA GÓMEZ GÓMEZ, PROFESORA TITULAR DEL
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y
PUBLICIDAD DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA**

CERTIFICA:

Que Dña. **Rocío Luque Magañas**, ha realizado bajo mi dirección y tutela, el trabajo titulado: **LAS RELACIONES ENTRE ARTE Y MODA. DIÁLOGOS Y JUEGOS DE IDENTIDAD. DESDE LA ALTA COSTURA EN EL VESTIR HASTA NUESTROS DÍAS.**

Revisado dicho trabajo estimo que reúne los requisitos necesarios para ser presentado como Tesis Doctoral.

Málaga a 2 de noviembre de 2015

Fdo. Ana Julia Gómez Gómez

Este trabajo de investigación está dedicado a todos aquellos que con su apoyo y ánimo han confiado en mí. Especialmente a mis padres, Juan Francisco e Isabel.

Agradecimientos especiales a mi tutora, Ana Julia, por su confianza y por haber puesto rumbo a estas páginas.

INDICE

1.INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 EL VESTIDO COMO CULTURA LEGÍTIMA, OBJETO DE ANÁLISIS EN LA INVESTIGACIÓN.....	10
2. HIPÓTESIS	15
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
4. METODOLOGÍA	19
4.1. ALGUNAS DEFINICIONES DE SEMIÓTICA.	22
4.2. CONVENCION DE LOS SIGNOS ICÓNICOS.	23
4.3. ANÁLISIS DENOTATIVO Y CONNOTATIVO	24
4.4. LA IDEA DE UNA SEMIÓTICA VISUAL DE PIERCE.....	25
4.4.1 .LA PRIMERIDAD COMO NEXO DE UNIÓN ENTRE MODA Y ARTE	32
4.4.2. LA SEGUNDIDAD COMO NEXO DE UNIÓN EN LA CREACIÓN DE MODA Y ARTE.....	34
4.4.2.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA REJILLA DE VACIADO Nº 1. SEGUNDIDAD, FASE DE CONSTRUCCIÓN DE LA EXISTENCIA.....	36
4.4.3. LA TERCERIDAD EN EL ARTE Y EN LA MODA	39
4.4.3.1 CONCEPTUALIZACIÓN DE LA REJILLA DE VACIADO Nº 2. TERCERIDAD, FASE INTERPRETATIVA O DE VALOR DE LA EXISTENCIA	40
5. ESTRUCTURA DEL TRABAJO.....	43
6. CONCEPTUALIZACIÓN Y REGIÓN DE ENCUENTRO ENTRE EL ARTE Y LA MODA	51
 CAPÍTULO I. LA HISTORIA DE LA INDUMENTARIA. DE LA EDAD DE PIEDRA A NUESTROS DÍAS.	
1.1. LA PRÁCTICA DEL VESTIR.....	59
1.2. HISTORIA DE LA INDUMENTARIA. DE LA EDAD DE PIEDRA HASTA NUESTROS DÍAS	65
1.2.1. EDAD DE PIEDRA	66
1.2.2. ANTIGUO ORIENTE.....	70

1.2.2.1. MESOPOTAMIA.....	70
1.2.2.2. EGIPTO.....	71
1.2.3. EDAD ANTIGUA.....	74
1.2.3.1. GRECIA.....	74
1.2.3.2. ROMA.....	76
1.2.4. EUROPA MEDIEVAL. SIGLOS: XI, XII, XIII, XIV & XV	79
1.2.5. RENACIMIENTO EN EUROPA S. XV & XVI	85
1.2.6. EL BARROCO: SIGLO XVII Y XVIII.....	89
1.2.7. LA LÓGICA DEL PODER: SIGLO XIX.....	97
1.2.7.1. EL SURGIMIENTO DEL DANDISMO	98
1.2.7.2. LA MODA MODERNA	110
1.2.7.3. EL CREADOR DE LA ALTA COSTURA.....	114
1.2.7.4. LA LLEGADA DE LA ALTA COSTURA.....	119
1.2.7.5. MARIANO FORTUNY.....	127
1.2.7.6. LA CASA LOEWE.....	135
1.2.8. SIGLO XX.....	138
1.2.8.1 .PAUL POIRET	140
1.2.8.2. LA PRIMERA GUERRA MUNDIAL.....	145
1.2.8.3. PERÍODO DE ENTREGUERRAS: EL REINADO DE LAS MUJERES	153
1.2.8.4. LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL	171
1.2.8.5. LOS CINCUENTA: EL ANUNCIO DEL PRÊT-À-PORTER.....	174
1.2.8.6. EL PUENTE ENTRE DOS MUNDOS, DE LA ALTA COSTURA AL PRÊT A PORTER: YVES SAINT LAURENT.....	178
1.2.8.7. LOS SESENTA: “LO YE-YÉ”	181
1.2.8.9. LOS SETENTA: SIGNIFICACIÓN & RENOVACIÓN. <i>HIPPIES FOR EVER</i>	195
1.2.8.10. LOS OCHENTA SON NUESTROS.....	201
1.2.8.10. LOS NOVENTA; RESURGIMIENTO EUROPEO	202
1.2.8.11. LA MODA DE VANGUARDIA.....	206

CAPÍTULO II. DE LA INDUMENTARIA A LA MODA. ACERCAMIENTO AL CONCEPTO DE MODA.

2.1. DE LA INDUMENTARIA A LA MODA.....215

2.2. APARICIÓN DE LA MODA. LA INCONSTANCIA EN EL VESTIR.....223

2.2.1. MODERNIDAD DE LA MODA.....231

2.2.2. UBICÁNDONOS EN EL TIEMPO	239
2.2.3. MODA & INDIVIDUALISMO Y LIBERTAD ESTÉTICA	248
2.2.4. DEL INDIVIDUALISMO SOBERANO AL INDIVIDUO INTRAMUNDANO	252
2.3. EUROPA MARCO IDEAL PARA LA APARICIÓN DE LA MODA	259
2.4. LA BÚSQUEDA DEL PLACER: LA APARICIÓN DEL HOMBRE FRÍVOLO EN OCCIDENTE	275
2.5. LAS MIRAS SINCRONIZADAS DEL ARTE Y LA MODA	279
2.6. LA CONSAGRACIÓN DE LOS OFICIOS ARTESANOS. EL TRIBUTOS DE LOS CREADORES DE MODA	289
 CAPÍTULO III. DISEÑO & DISEÑADOR DE MODA VERSUS ARTE & ARTISTA.	
3.1. DISEÑADORES Y ARTISTAS INVITADOS	307
3.2. DISEÑO DE MODA	345
3.2.1. PROFUNDIZÁNDO EN LAS UNIDADES SIGNIFICANTES DEL ANÁLISIS. SEGUNDIDAD. DARLE EXISTENCIA A LA EXISTENCIA.	347
3.2.1.1 .SILUETA	347
TABLA 3.1.TIPOS DE SILUETA.	351
3.2.1.2. LAS PROPORCIONES Y LA LÍNEA	355
TABLA 4.2. LAS LÍNEAS EN EL DISEÑO DE MODA	357
3.2.1.3 .EL RITMO	362
TABLA 3.3 TIPOS DE RITMO	362
3.2.1.4. LA FUNCIONALIDAD	364
TABLA 3.4. FUNCIONAL/NO FUNCIONAL.....	364
3.2.1.5. LOS DETALLES	366
TABLA 3.5. TIPOS DE DETALLES	366
3.2.1.6. COLOR	371
3.2.1.7. TEJIDOS	380
3.7. TABLA DE TEJIDOS	381
3.2.1.8. LOS ESTAMPADOS Y ADORNOS.....	386
3.2.1.9. MATERIALIDAD DEL DISEÑO EN MODA	392

3.2.2. PROFUNDIZANDO EN LAS UNIDADES SIGNIFICATIVAS QUE AYUDAN A CONSTRUIR LA IMAGEN DE MODA	403
3.2.2.1. LA ESCENOGRAFÍA EN LA MODA	403
3.2.2.2. EL DESFILE.....	406
3.2.2.3. LAS MODELOS Y SU ACTITUD	428
3.2.2.4. EL MAQUILLAJE.....	430
TABLA 3.8. TIPOS DE MAQUILLAJE.....	430
3.2.2.5. LA MÚSICA EN LOS DESFILES	433
3.3. DISEÑADOR DE MODA.....	437
3.3.1. ¿QUÉ HACEN LOS DISEÑADORES DE MODA?.....	441
TABLA 3.9.COMPARATIVA DE LAS ETAPAS DEL PROCESO DEL DISEÑO Y LAS BELLAS ARTES.....	442
3.3.1.1. MODA & ARQUITECTURA.....	445
3.3.1.1.1. CRISTÓBAL BALENCIAGA.....	449
3.3.1.1.2. REI KAWAKUBO.....	451
3.3.1.1.3. GIORGO ARMANI.....	454
3.3.1.1.4. ZAZA HADID.....	455
3.3.1.1.5. JI+B.....	456
3.3.1.1.6. TIMMI WOODS.....	458
3.3.1.1.7. ELENA GARCÍA SILVA.....	459
3.3.1.1.8. MASHALLAH DESIGN Y LINDA KASTOWSKY.....	460
3.3.1.1.9. VIKTOR & ROLF.....	461
3.3.1.1.10. ADA ZANDITON.....	463
3.3.1.1.11. CHANEL.....	464
3.3.1.1.12. MARY KATRANTZOU.....	465
3.3.1.2. MODA & ESCULTURA	467
3.3.1.2.1. CRISTÓBAL BALENCIAGA.....	469
3.3.1.2.2. ROBERTO CAPUCCI.....	471
3.3.1.2.3. RIE HOSUKAI & TAKASHI KAWADA.....	473
3.3.1.2.4. JUANJO OLIVA.....	475
3.3.1.2.5. SANDRA BACKLUND.....	476
3.3.1.2.6. IRIS VAN HERPEN.....	478

3.3.1.2.7. MICHEL KAMPE.....	481
3.3.1.2.8. AMAYA ARZUAGA Y DEBOTA & LOMBA.....	482
3.3.1.2.9. FRANCIS MONTESINOS.....	485
3.3.1.2.10. ICHIRO SUZUKI.....	487
3.3.1.2.11. MELITA BAUMEISTER.....	488
3.3.1.2.12. SAYAZA GANZ.....	489
3.3.1.2.13. AZZEDINE ALÄIA.....	490
3.3.1.2.14. GABRIELA GONZÁLEZ	492
3.3.1.3. MODA & PINTURA	493
3.3.1.3.1. DOLCE & GABBANA Y EL EXPRESIONISMO.....	502
3.3.1.3.2. JOSEP FONT Y EL EXPRESIONISMO ABSTRACTO DE STELLA....	504
3.3.1.3.3. DIOR Y EL IMPRESIONISMO.....	505
3.3.1.3.4. CHANEL Y EL CUBISMO.....	507
3.3.1.3.5. HOSUKAI Y LA GRAN OLA DE KANAGAWA.....	508
3.3.1.3.6. VALENTINO Y EL ARTE NAÏF DE ROUSSEAU.....	511
3.3.1.3.7. HERMÉS Y LA INFLUENCIA SELVÁTICA DE ROUSSEAU.....	513
3.3.1.3.8. PRADA Y EL POP ART.....	514
3.3.1.3.9. JIL SANDER Y EL ARTE POVERA.....	516
3.3.1.3.10. EL GRAFITI COMO FUENTE DE INSPIRACIÓN.....	517
3.3.1.3.10.1. MARC JACOBS & STEPHEN SPROUSE.....	517
3.3.1.3.10.2. KEITH HARING Y LA MODA.....	518
3.3.1.3.11. LOS TRAJES LIENZO DE MANUEL FERNÁNDEZ.....	522
3.4. LOS JUEGOS DE LOS ARTISTAS CON MATERIALES TEXTILES	525
3.4.1. YAYOI KUSAMA: PINTORA Y ESCULTORA PERFORMER.....	525
3.4.2. CINDY SHERMAN: FOTÓGRAFA.....	528
3.4.3. LEIGH BOWERY: ARTISTA PERFORMER.....	530
3.4.4. SYLVIE FLEURY: ESCULTORA PERFORMER.....	536
3.4.5. YINKA SHONIBARE: ESCULTOR PERFORMER.....	539
3.4.6. NICOLA CONSTANTINO: ARTISTA PERFORMER.....	545
3.4.7. MADAME PERIPETIE: FOTÓGRAFA	548

3.4.8. MARTIN CHURBA: DISEÑADOR DE MODA.....	550
3.4.9. JOAN STEINER: ARTISTA Y DISEÑADORA.....	553
3.4.10. KAREN LAMONTE: ESCULTORA	555
3.4.11. SUSIE MACMURRAY: ARTISTA PERFORMER.....	556
3.4.12. LI XIAOFENG: CERAMISTA Y DISEÑADOR.....	558
3.4.13. NICOLE DEXTRAS: ARTISTA PERFORMER	562
3.4.14. JUM NAKAO: ARTISTA PERFORMER.....	564
3.4.15. ISABEL ULZURRUN: ARTISTA PERFORMER.....	568
3.5. LOS DISEÑADORES ENTRAN EN LOS MUSEOS	570

CAPÍTULO IV. DIÁLOGOS Y JUEGOS DE IDENTIDAD ENTRE ARTE Y MODA CON LAS VANGUARDIAS ARTÍSTICAS.

4.1. EL FIN DEL ARTE ACADEMICISTA Y LA APARICIÓN DE LOS MOVIMIENTOS DE VANGUARDIA.....	589
4.2. ART NOVEAU	595
4.3. SIMBOLISMO	605
4.3.1. GUSTAV KLIMT	607
4.3.2. EGON SCHIELE	624
4.4. EXPRESIONISMO	627
4.4.1. VASILY KANDINSKY	629
4.4.2. JACKSON POLLOCK Y EL EXPRESIONISMO ABSTRACTO	634
4.5. CUBISMO.....	643
4.5.1. SONIA DELAUNAY	651
4.5.2. PABLO PICASSO.....	668
4.5.3. GEORGES BRAQUE	684
4.6. FUTURISMO ITALIANO	689
4.6.1. GIACOMO BALLA.....	695
4.6.2. FORTUNATO DEPERO	699
4.6.3. TULLIO CRALI.....	701
4.6.4. ERNESTO MICHAELLES	702
4.6.5. EL FUTURISMO EN LA ALTA COSTURA. MADELEINE VIONNET	704

4.6.6. PIERRE CARDIN	711
4.6.7. ANDRÉ COURREGES.....	717
4.6.8. PACO RABANNE	723
4.7. EL CONSTRUCTIVISMO RUSO	731
4.7.1. LIUBOV POPOVA	734
4.7.2. VARVARA STEPANOVA.....	737
4.7.3. KAZIMIR MALÉVICH	739
4.8. SURREALISMO	745
4.8.1. SALVADOR DALÍ.....	747
4.8.2. JOAN MIRÓ	796
4.8.3. RENÉ MAGRITTE	804
4.8.4. FRIDA KAHLO	812
4.9. IMPRESIONISMO	829
4.9.1. EL CASO DE DIOR	832
4.9.2. YVES SAINT LAURENT, PURO REFLEJO DEL ARTE.....	841
4.9.3. DOLCE & GABBANA & EL IMPRESIONISMO	854
4.9.4. GIANBATTISTA VALLI & EL IMPRESIONISMO	855
4.9.5. MARTIN MARGIELA & EL IMPRESIONISMO	856
4.10. EL POP ART Y LA CULTURA DE MASAS.	857
4.10.1. EL OP ART, ILUSIONES ÓPTICAS.....	859
4.10.2. POP ART.....	867
4.10.3. GIANNI VERSACE Y EL ARTE	888
CONCLUSIONES	901
ANEXO I. MUESTREO	913
EJEMPLO N°1	915
EJEMPLO N°2	919
EJEMPLO N°3	923
EJEMPLO N°4	927
EJEMPLO N°5	931
EJEMPLO N°6	935
EJEMPLO N°7	939

EJEMPLO N°8	943
EJEMPLO N°9	947
EJEMPLO N°10	951
EJEMPLO N°11	955
EJEMPLO N°12	959
EJEMPLO N°13	963
EJEMPLO N°14	967
EJEMPLO N°15	971
EJEMPLO N°16	975
EJEMPLO N°17	979
EJEMPLO N°18	983
ANEXO II. ÍNDICE DE IMÁGENES.....	989
ANEXO III. GLOSARIO	1011
BIBLIOGRAFÍA.....	1027
TESIS	¡Error! Marcador no definido.
CATÁLOGOS (REFERENCIAS)	¡Error! Marcador no definido.
WEB DE MUSEOS Y FUNDACIONES.....	1046
REVISTAS DE MODA.....	1047
OTRAS WEB'S.....	1048



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

1.INTRODUCCIÓN

En este nuevo milenio la moda y el arte emprenden con impresiones cruzadas y compartidas, diálogos llenos de contrastes y coincidencias que se presenta como un acontecimiento visual, participativo y enriquecedor porque pone luz a aquellos aspectos que quedan encerrados en la trastienda creativa.

Se alumbra pues, un camino estético que acepta la asimilación de ideas y formas que corren en un sentido u otro, es decir, que pueden ir desde la moda al arte y viceversa. De esta manera, quedan equiparados sus estilos y se visualiza la dualidad que existe entre sus formas de sentir el arte, que aunque a priori tienen objetivos distintos, contemplan una finalidad común que tiene que ver con la puesta en escena de una estética plástica.

El arte es la actividad en la que el hombre recrea, con una finalidad estética, un aspecto de la realidad o un sentimiento en formas bellas valiéndose de la materia, la imagen o el sonido¹. A través del arte se expresan ideas, emociones o, en general, una visión del mundo, mediante diversos recursos, como los plásticos, lingüísticos, sonoros o mixtos. El arte es un componente de la cultura, reflejando en su concepción los sustratos económicos y sociales, y la transmisión de ideas y valores, inherentes a cualquier cultura humana a lo largo del espacio y el tiempo.

Por otro lado, la moda se puede analizar como un fenómeno desde el punto de vista sociológico con una enorme carga de cultura, de belleza, de capacidad de expresión². Si alguien quiere ver la moda desde el punto de vista de la frivolidad, apenas la está vislumbrando. La moda denota algo más: quiénes somos, a dónde vamos y qué hacemos. Es un espejo de nuestro tiempo, un símbolo de los eventos y situaciones que

¹ Definición de la Real Academia de la Lengua.

² Pardo Navarro, Bárbara. Artículo *La moda. Arte e influencia artística*. Universidad Politécnica de Valencia. 2008.

dominan un período determinado de nuestras vidas. Es un fenómeno mediante el cual las generaciones expresan visualmente las ideas para llenar de imágenes inolvidables las páginas de la historia.

Por todas estas razones aquí expresadas, la moda la podemos valorar como discurso social y como retórica del diseño pero también como un género artístico que día a día muestra abiertamente la profundidad y la intensidad de sus bambalinas para sumar fuerzas y eliminar prejuicios sociales.

Parece que la primera coincidencia entre arte y moda se revela en las pretensiones que ambos comparten, la de concretar una obra "bella", aunque la variación en la moda haga difícil identificar un ideal que cumpla con la función canónica que en el arte ocupan las "escuelas" o los "movimientos"³.

Se trata, entonces, como describía Veblen en su *Teoría de la clase ociosa* de una convergencia accidentada, no exenta de conflictos, que no puede ignorar los matices que señala la propia historia de la estética pero tampoco admitir una separación quirúrgica, precisamente en un terreno en el que se expresa la misma espiritualidad humana⁴. A colación de estas últimas palabras, el lingüista checo Jan Mukarovsky, en su ensayo *Escrito de Estética y Semiótica del Arte*⁵ hablaba de la obra de arte como un signo, una estructura y un valor al mismo tiempo. Reconocida por el autor como las ciencias del espíritu, que trabajan con un material que posee, gracias a su doble existencia en el mundo de los sentidos y en la consciencia colectiva, el carácter más o menos manifiesto del signo.

³ Aras, Roberto. E. Artículo de investigación *Arte y moda. ¿Fusión o encuentro? Reflexiones filosóficas*. Cuadernos del Centro de estudio de Diseño y Comunicación. Nº 44. Universidad De Buenos Aires. 2013.

⁴ Veblen, T.: *Teoría de la clase ociosa*. La necesidad del vestido es una necesidad eminentemente espiritual o superior. Alianza Editorial. Madrid. 2008. Pág.174.

⁵ Mukarovsky, J. *Escrito de Estética y Semiótica del Arte*. Edición, introducción y traducción Jarmila Jandová, Emil Volek. Editorial Plaza & Janes. Colombia. 1997.

Entendemos pues la moda como una disciplina artística interdisciplinar, cuyo fenómeno nunca podrá ser entendido a través de una sola ciencia. En él confluyen dada su complejidad conceptos derivados de la semiótica, la estética, la cinésis, la psicología, la sociología, la antropología, la historiografía, la economía, la cultura, la etología, la prosémica y la etnología⁶. Resulta importante examinar la relación de las diferentes disciplinas académicas que interfieren en el análisis de la moda así como del arte con los valores culturales que inician y perpetúan los sistemas de la moda; confrontarlas a su vez con los patrones de conducta social que producen o recrean; con las narrativas que están detrás de creaciones, estilos y tendencias que la moda desarrolla; y con las cuestiones que se generan a partir de la interpretación de la identidad corporal pensada como exterioridad física transformativa y performativa según la faceta y la situación en la que se plantea la imagen física.

La presente investigación parte de un estudio sobre las relaciones arte-moda, entendido esto, como fenómeno que nos permite conocer los lazos y vínculos existentes entre ambas disciplinas desde la aparición de la Alta Costura a nuestros días. Pueden surgir algunas dudas respecto a la decisión de tomar como punto de partida la Alta Costura, pero desde sus inicios la Alta Costura ha sido considerada como la expresión máxima de una experiencia lujosa al igual que el arte, por características tales como: la unicidad de la creación, la autoría, el estudio de la nobleza de sus materiales y su finalidad estética⁷...Período éste por el que no nos pasan desapercibidas la aparición de las vanguardias artísticas de finales del XIX y principios del siglo XX, etapa de creación de diversos movimientos cuya finalidad será la búsqueda de la innovación en la producción artística a través de planteamientos divergentes que abordaban la renovación del arte,

⁶ Casablanca, Luis. La moda como disciplina artística en España. Jesús del Pozo y la generación de los nuevos creadores. Universidad de Granada. 2007.

⁷ Giorgi, Arianna. Artículo *Artísticamente moda* publicado en la revista online TONOS. Revista electrónica de estudios filológicos. Universidad de Murcia. 2006.

punto de inflexión que influenciará sin duda a la Alta Costura y a la moda en sí. Teniendo por base estas dos referencias temporales: por un lado, la aparición de la Alta Costura y, por otro, las vanguardias, han sido y son muchos los diseñadores que se han interesado por la alta moda, autores como Paul Poiret, Elsa Schiaparelli, Cristóbal Balenciaga, Christian Dior, Yves Saint Laurent, Coco Chanel, Paco Rabanne, Rei Kawakubo, Alexander McQueen, entre otros, que no han dejado de innovar y reformular los propios principios de la Moda. Pretendemos realizar una aproximación a los fundamentos de la Alta Costura y a el trabajo y las herramientas que el diseñador aplica en la elaboración del vestido y complementos, para ahondar así en sus rasgos creativos propios como dominio artístico, y lo hacemos en atención a la caracterización y categorización del mismo y no por tanto a su acotación.

Preguntas como ¿Es la moda y en concreto la Alta Costura un arte?, ¿Es el diseñador un artista y por ende, pueden ser consideradas sus creaciones objetos de admiración expuestos en museos?, ¿Es el vestido un signo con una estructura y un valor al mismo tiempo?, ¿Por qué la moda se ha convertido en un terreno de creación para artistas, y llama cada vez más la atención del sistema de las artes, qué comunica esto?, ¿Han cambiado las necesidades de los diseñadores?, ¿Necesita la moda humanizarse?...

Nuestra hipótesis será el espacio para formular estas preguntas que serán claves para descubrir las asociaciones de las variables que se dan entre el arte y la moda, estas suposiciones actuarán como generadores de impulso y orientación para lograr la construcción de nuestro modelo de investigación.

La moda no ha sido objeto de intelectualidad, no se ha convertido en una materia de la que se realicen estudios objetivos, que intenten acercarse a la comprensión del

fenómeno en sí. Conocimiento que por otra parte resulta realmente difícil, ya que es un fenómeno que nunca acaba de definirse ni completarse.

Hubo que esperar a los años 60, periodo en el cual la solidez y el mensaje de la apariencia fue consustancial a la revolución cultural, para que la moda fuera abordada desde las teorías de la comunicación, el postestructuralismo, la teoría de la significación o el psicoanálisis⁸. La historia de la indumentaria y del gusto personal de un lado se fue definiendo y analizando como reflejo visual de la historia a partir de los estilos artísticos y tendencias del arte a los que seguía y reflejaba.

Cuando a mitad de los años 80 comenzaron a proliferar publicaciones relevantes dedicadas al fenómeno de la moda, ésta no era tomada en serio en el mundo intelectual y académico. Estas publicaciones asumieron un carácter pionero debido a que la mayoría de investigaciones en el campo de la moda que se habían llevado a cabo estaban encerradas en museos y métodos historicistas como la Historia del Traje o el de la Indumentaria, las biografías de modistos como Manuel Pertegaz, Mariano Fortuny, Madame Vionnet, etcétera, y la de estilistas como Andrea Lieberman, Nicole Chávez, entre otros, así como las distintas monografías de diseñadores como Elie Saab, Balenciaga, etcétera. El estudio de la moda era dependiente de la Historia de las Artes Aplicadas⁹ y escasamente se analizaba una brillante colección o las confecciones de algún diseñador o modisto como una obra de arte.

⁸ López Belda, Laura. El vestido, espacio semiótico. Universidad Jaume I. 2011. Información obtenida en <http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi16/complet.pdf>

⁹ Son aquellas que incorporan los ideales de la composición y la creatividad a objetos de uso diario, como una taza, una revista o un banco decorativo del parque. Surgen como una expresión que va en contraposición de las bellas artes, las cuales, sirven como estímulo intelectual o de sensibilidad académica para el espectador. Algunos ejemplos de las áreas englobadas por las artes aplicadas son el diseño industrial, el diseño de interiores, el diseño de modas, el diseño gráfico y la publicidad; de la misma manera aunque en un contexto más abstracto o amplio, también se encuentran la fotografía y la arquitectura.

Nuestra intención es volver a dinamizar, promover de nuevo la interrogación sobre la moda, objeto fútil, fugitivo, contradictorio por excelencia pero que, por ese mismo motivo, debería estimular tanto más la razón teórica. No obstante, la naturaleza escurridiza de la moda, de su normativa, no cesa de acelerar, de invadir nuevas esferas, de atraer a su órbita a todas las capas sociales, a todos los grupos de edad, deja indiferentes a aquellos cuya vocación es explicar los resortes y funcionamiento de las sociedades modernas. Es celebrada en el museo y relegada al trastero de las preocupaciones intelectuales reales: está en todas partes, en la calle, en la industria y en los mass media, pero no ocupa ningún lugar en la interrogación teórica¹⁰. Existe una carencia en lo tocante a un corpus metodológico de evaluación y análisis en este terreno, además de un desconocimiento generalizado e, incluso, ciertas reticencias en la apreciación de las creaciones de la alta moda como obra de arte. Existen notables excepciones, pues algunos importantes autores se han colaborado con sus trabajos en profundizar sobre este género desde las distintas áreas de conocimiento como Claude Lévi Strauss, Bryan Turner, Andrea Saltman y Chris Shilling, entre otros, desde la antropología, Jean Baudrillard, Foucault desde la filosofía, Carmen Bernis Madrazo, James Laver, Bronwyn Cosgrave, entre otros, desde la historiografía, Charles Baudelaire, Yale Michaud desde la estética. Thorstein Veblen, Gilles Lipovetsky, George Simmel, Baudrillard, Frédéric Godart desde la sociología, Roland Barthes, Yuri Lotman, Umberto Eco, Patricia Calefato y Jorge Lozano desde la semiótica, entre otros campos. En cualquier caso, el número de contribuciones científicas dedicadas a la Alta Costura como disciplina artística, son realmente escasas en proporción al interés que este dominio artístico despierta. Basaremos nuestra metodología en un análisis sociosemiótico de la muestra por las siguientes razones:

¹⁰ Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero*. La moda y su destino en las sociedades modernas. Barcelona: Anagrama. Pág.9.

→ Porque las características técnicas de la moda la inscriben en el ámbito de la historia de la imagen visual desde sus orígenes hasta su plena consolidación. El estudio de la imagen y las comunicaciones visuales, en realidad, desborda lo estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen.

→ Porque la moda aún en todas sus variantes un riquísimo legado simbólico, histórico y cultural que responde a arquetipos de Occidente. Los códigos que generan la moda se nos presentan a través de imágenes que serán analizados a través del estudio del signo los procesos de sentido-significación a partir de la imagen, es decir a través de la semiótica visual¹¹.

→ Así, el proyecto de una "semiótica visual" está circundado por el de una "semiótica de la cultura", es decir un análisis de los mecanismos semióticos dentro de la cultura, por lo que no se reduce únicamente al análisis de los códigos visuales, sino a la manera en la que una imagen forma parte de la representación social, mediando en su relación y construyendo visiones del mundo¹².

→ La imagen se puede ver no sólo como sistema de expresión, sino una estrategia comercial y social, como un elemento fundamental en la explicación de grupos sociales, religiones, sistemas políticos y, ahora, de los medios de información colectiva. De ahí que una semiótica de la imagen sea una herramienta para el mayor conocimiento de cómo ciertos procesos se presentan en la vida social, qué efectos de sentido tienen sus

¹¹ Karan, Tanius. Artículo: *Introducción a la semiótica de la imagen*. Portal Comunicación.

¹² Ibidem.

construcciones, qué relaciones se pueden establecer entre aspectos estéticos y culturales o entre los perceptivos y sus usos sociales, etc.

Con este trabajo esperamos, por un lado, lograr una aproximación a la semiótica de la imagen que ofrezca algunas herramientas útiles para el análisis y la posterior lectura de las creaciones (vestidos) que se producen desde el diseño de moda, que nos anime a seguir en nuestro conocimiento más profundo y, por otro lado, queremos dejar constancias de esos componentes mínimos necesarios para que el destinatario pueda identificar algunos componentes de la semiótica de la imagen (y por extensión del proyecto más amplio de una semiótica visual).

Haciendo referencia a la idea de semiótica visual, nos basaremos en el programa semiótico de Charles Pierce, materia de la que cogeremos solamente tres de las etapas de lectura del signo¹³ que nos interesa (representamen, objeto e interpretante) para su posterior análisis. Teniendo en cuenta que estas etapas de transición del signo las aplicaremos al soporte de la imagen del vestido, hemos elaborado para su correcto desarrollo y comprensión, dos rejillas de memoria que se usarán como herramientas de análisis para la correcta lectura de la imagen de moda:

→ La primera rejilla de vaciado permitirá hacer una lectura de la iconografía, los guiños y símbolos que la moda produce en sus creaciones, a través del análisis de los elementos narrativos del propio diseño o vestido. Estas unidades significantes son las que construyen los mensajes y denotan la capacidad de la moda como transmisora de información, constituyendo así un poderoso sistema de comunicación gráfico de la creación mediante códigos artísticos reconocibles. (Véase página 36. Modelo de primera rejilla de vaciado).

¹³ Entendiendo éste como la representación mental a través de la cual alguien puede conocer los objetos de la realidad, en este caso el vestido como soporte de la imagen de moda.

→La segunda rejilla de vaciado actuará como ficha técnica que nos ayude a ubicar y contextualizar la creación, vestido o pieza analizada. Esto complementará la clasificación y categorización de la misma. El corpus de análisis serán dieciocho creaciones de Alta Costura pertenecientes a diseñadores mundialmente conocidos en el mundo de la moda. (Véase página 40. Modelo segunda rejilla de vaciado).

Nuestra labor tratará de desarticular los elementos implícitos que actúan en la creación de cada vestido o pieza, contemplarlos, utilizando estrategias descriptivas y analíticas, intentando conocer todas aquellas unidades que hacen posible la imagen y que le aportan un calado conceptual. Se trata de encontrar una estrategia práctica que nos permita llegar a la máxima objetividad, utilizando el vestido como un instrumento para descubrir las estructuras, posiblemente premeditadas, del mensaje que nos proponen.

Analizando las formas simbólicas que encontramos en los elementos que construyen el vestido, comprobamos que éstas, no sólo representan y justifican su mundo sino que además, lo construyen.

1.1 EL VESTIDO COMO CULTURA LEGÍTIMA, OBJETO DE ANÁLISIS EN LA INVESTIGACIÓN.

*¿Esto es un traje o una escultura? ¿El lugar donde se da la acción es una tienda o una galería de arte? ¿Estamos frente a un desfile de moda o una performance?*¹⁴ Como observa la crítica, en los últimos años se ha acentuado el valor artístico y cultural de las producciones de moda. Los diseñadores, ingresan a los museos a colocar sus piezas en diálogo con el mundo del arte optando entre distintas modalidades de enunciación. Simultáneamente, estos recursos son apropiados por los creadores en la pasarela y en las vitrinas de los emprendimientos comerciales del diseño de autor.

La complejidad que aquí interesa poner de relieve, es aquélla que advierte en el vestido de moda, complementos y objetos, el cruce de diversas lógicas de significación que en las sociedades actuales potencian el modo en que éste se presenta, es apreciado y reconocido visualmente por el espectador como la cultura legítima. Es decir, la creatividad que impulsa su circulación y consumo explotando simultáneamente diversos lenguajes y recursos de la comunicación. Por un lado, la lógica imperativa de la moda, entendida ésta como un fenómeno colectivo que impulsa a la renovación periódica del indumento u objeto y regula la apariencia del conjunto social. Derivado de lo anterior, su ser de mercancía, el carácter de signo del vestido de moda como entiende Baudrillard a este tipo de consumo en tanto lógica diferenciadora¹⁵.

Finalmente el vestido, complemento u objeto, producto de la creación del modisto, de la inventiva del diseñador o de la creatividad del autor, adquiere hoy en distintos circuitos

¹⁴ Extraído del artículo *El teatro viste a la moda* publicado en La Nación el 23/08/08. La cita corresponde a Ana Torrejón, comisaria de la muestra *Moda en Progresión* realizada en MALBA en 2005. Iniciando el ciclo, se llevaron a cabo otros dos eventos que hacían eje en la relación arte-moda: *Hábito Malba* (2003) y *Estilos latinoamericanos* (2004). Más tempranamente, en la misma sintonía, se han celebrado muestras en instituciones como el Museo de Arte Moderno, el de Arte Contemporáneo, el Centro Cultural Recoleta, el Borges, el Rojas, la Fundación Proa, el Instituto Goethe, la Fundación Banco Patricios y el Instituto de Cooperación Iberoamericana (las dos últimas en los años '80).

¹⁵ Baudrillard, J. *El sistema de los objetos*. Madrid: Siglo XXI. 1969.

del campo cultural, el estatuto de pieza artística investida por el poder simbólico del creador consagrado.

Parece ser que como cualquier otro tipo de creación, un vestido no queda concluido en la pasarela, acto de aparición que lo convierte en público, sino que como algo vivo continúa enriqueciéndose, dando la posibilidad de estimular la imaginación de aquellos que lo desean. La capacidad de construir su propia apariencia no es tarea que todo el mundo pueda acometer, quien no está seguro de la imagen que proyecta se dejará influenciar por las revistas de moda, por la fotografía, por las vallas publicitarias y por un diseñador que proyecta la imagen que a él le gustaría poseer. La moda ofrece, hoy más que nunca, la posibilidad inestimable de esculpir nuestro cuerpo, transformarlo hasta hacerlo irreconocible, es decir, convertirnos aparentemente en lo que nos gustaría ser.

Las tiendas del diseño de autor, el museo, el centro cultural e incluso la pasarela disponen múltiples espacios para el diálogo entre el mercado, la moda y el arte. Bella estética de la distracción¹⁶ que seduce a las miradas con la exquisitez de la Alta Costura o la rareza del diseño de indumentaria en el campo cultural y en los corredores más celebrados del consumo. ¿Cómo pensar entonces, la convergencia de estos significados?

Se puede plantear que el maridaje entre arte y moda no es una novedad de nuestros días como se ha citado anteriormente. Por ejemplo, el nexo entre la Alta Costura y el modernismo en las primeras décadas del siglo XX, es reconocido por Lipovetsky¹⁷ cuando observa que la silueta de la mujer de los veinte, recta y lisa, guarda una relación directa con el espacio pictórico cubista donde predominan las líneas verticales y

¹⁶ Refiere a Michaud, Y. *La obra de arte en estado gaseoso*. Ensayo sobre el triunfo de la estética, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica. 2007

¹⁷ Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama. 1990. Pág. 86.

horizontales, los contornos y planos geométricos, las formas depuradas de Picasso, Braque y Matisse. El repertorio formal de la plástica también ha servido al lenguaje de Schiaparelli, Saint Laurent o Gaultier y a la inversa Dalí, Man Ray y Magritte han convocado a la moda en sus obras. Se podrá advertir que el vestido y sus complementos admiten en la actual formación sociocultural múltiples lecturas. La mirada de la estética nos permitirá sondear la densa alquimia en la que arte, moda y mercado se funden en la simbólica del diseño de moda.

Según Umberto Eco, la sociedad habla a través del lenguaje de la moda, sus trajes, sus vestidos, sus ropajes son sinónimos de un lenguaje. Quien no entiende este lenguaje no reconoce el lenguaje de la moda¹⁸. El vestido es una construcción social y una manera de mostrarse o esconderse al otro. El vestido tiene un lenguaje propio, un lenguaje que se muestra de manera consciente o inconsciente, pero que tiene múltiples interpretaciones.

Cubrir el cuerpo es más que una acción, es una comunicación no verbal y como tal, da significados y expone sentimientos¹⁹. Sin importar el sexo, edad o razón social, el vestirse habla e identifica a cada individuo. Lo acerca a sus pares, como puede destacar el ajeno e identificarlo como tal. Cada género que cubre la piel, aporta una textura en sensaciones táctiles, genera volumen desde sus formas y expresa connotaciones desde el color.

El vestido como indumentaria acompaña a la humanidad desde los orígenes cubriendo no sólo al cuerpo, sino basado en cubrir las necesidades y demostrando más de lo que los tejidos muestran.

¹⁸ Eco, Umberto. (1976). *El hábito hace al monje*. En Psicología del vestir. Barcelona, Lumen.

¹⁹ Charo, Patricia. (2011). *Vestir el cuerpo, una práctica para todos*.

Todo ello, nos lleva a centrar el vestido, como el objeto principal de estudio de nuestra investigación, no solamente como resultado del proceso de creación y producción del diseñador sino como poseedor de características y elementos tales que le permiten ser centro y referencia de la lectura artística que promovemos con nuestro análisis.

2. HIPÓTESIS

La Moda y, muy en especial la Alta Costura podrían entenderse como un proceso interdisciplinar donde intervienen el diseño, el dibujo, la pintura, la escultura, la arquitectura y la fotografía. La proyección de la moda se convierte en multidisciplinaria ya que comprende no solo al mundo del arte, sino a la misma cultura. Siendo así partimos de las siguientes suposiciones:

Nuestra hipótesis general es la demostración de que en la categoría de Alta Costura existen elementos narrativos propios tanto en su proceso de creación como de producción, comunes a los que caracterizan a las disciplinas artísticas (arquitectura, escultura y pintura) las cuales son consideradas arte por todos. Para esto se parte de la base que el vestido puede ser considerado como un soporte válido como otro cualquiera para la expresión artística, portando cualidades singulares, formales y conceptuales.

Esta posición y la visión desde la práctica artística contribuyen a una aproximación al estudio de la moda más cercana a la de sus creadores, entendiendo y evaluando sus creaciones como obras de arte múltiple. Otra de las bases para el inicio de nuestra investigación es demostrar como desde la categoría de estudio seleccionada, la Alta Costura, se ha empezado a producir obras cuya finalidad no es funcional, lo cual apoya nuestra suposición anterior. Reflexionaremos pues en torno al emisor del mensaje (en este caso, el diseñador de moda) e indagaremos en su responsabilidad en el proceso de comunicación, ya que todo parece indicar que el interés de estas producciones radica en una clara persecución estética por parte del diseñador que hace del objeto (vestido o complemento), una pieza digna de admiración. Por otra parte, estos objetos y piezas realizados por estos diseñadores de Alta Costura han empezado a ocupar lugares que han sido habitualmente espacios dedicados al arte; los museos. Por lo que esta investigación, reivindica el hecho de que los espacios museísticos en estos días son

centros de encuentro abiertos a ciudadanos de todas las generaciones y diversidad social que se enfrentan sin prejuicios a las rápidas transformaciones producidas en la práctica y la teoría del arte contemporáneo²⁰.

En nuestros días, el Arte ha sido y es generador de Moda, nos preguntamos aquí si esto ha sido así a lo largo de la historia, o por el contrario y como suponemos en nuestra hipótesis, es la aparición de la Alta Costura como condición y posteriormente el nacimiento de las Vanguardias artísticas, como momento histórico, los ejes o referentes temporales que han permitido esta forma de producción y como consecuencia, esta mirada artística característica del diseñador de Alta Costura.

Siguiendo esta línea, y aplicando nuestro modelo de análisis a las muestras, queremos llegar a poder afirmar que las creaciones de Alta Costura, convertidas en componentes culturales y decorativos, pueden llegar a ser tratadas de expresión artística, no solo por su faceta plástica sino también por su enunciado artístico.

²⁰ Teorías que plantean las relaciones entre arte y pensamiento incidiendo especialmente en las prácticas artísticas de las últimas décadas en relación con la crisis de los sistemas de representación y visualidad.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Estas hipótesis conducen a la investigación a intentar formular el objetivo general y los objetivos específicos que se presentan en este apartado.

→ **El objetivo central de la presente investigación será la identificación de este discurso narrativo que descubre y describe las relaciones entre el arte y la Moda a través de elementos codificadores propios de la expresión de la Alta Costura, poniendo especial énfasis en determinados sistemas de códigos que el lenguaje de la moda comparte con el de las bellas artes. Lo haremos a partir de la creación de unas rejillas de vaciado que pueden ser usadas genéricamente para el estudio de la imagen de moda, aunque debemos tener presente que vamos a trabajar sobre una categoría concreta, la Alta Costura, que cuenta con características propias de elaboración.**

Los objetivos específicos de la investigación son:

→ **Realizar un análisis artístico de la imagen visual utilizando como objeto de análisis el vestido.**

→ **Integrar aspectos de las distintas artes con el devenir de la moda. Mostrar y explicar, el proceso y las herramientas empleadas en el diseño; textiles, paletas de color, forma, molde, etcétera.**

→ **Conocer las necesidades actuales del diseñador y del mundo de la moda.**

Esto nos llevará a conocer de cerca las características del trabajo de cada diseñador elegido en las distintas etapas, lo cual también facilitará la comprensión sobre los períodos históricos.

- **Comprender la importancia de las transformaciones de la indumentaria y sus adornos y su directa relación con lo histórico, lo artístico y el mundo del diseño en general.**
- **Construir una síntesis de los principales acontecimientos a lo largo de la historia y poder integrar los conocimientos significativos de las principales líneas de la indumentaria en otros períodos y/ o momentos.**
- **Conocer con mayor profundidad algunos movimientos artísticos que se hayan producido en la historia de la humanidad en Occidente, desde finales del siglo XIX y especialmente en el transcurso del siglo XX.**
- **Alimentar la curiosidad frente a las diferentes maneras de representación simbólica de los medios expresivos estudiados. Poniendo a nuestra disposición las diversas formas de expresión de los diseñadores elegidos.**

4. METODOLOGÍA

Desde la perspectiva de la validez del conocimiento obtenido como representación de la realidad, para que el hacer científico resulte correcto ha de adecuarse a una teoría y a su empleo a través de unas técnicas. Por tanto, podemos establecer que el punto de partida del método científico es una teoría previa o conjunto racional y sistemático de ideas sobre la realidad de que se trate.

La metodología empleada para el desarrollo del trabajo se ha basado en la descripción y explicación de la obra de reconocidos artistas vinculados al mundo del arte y de la moda. Se ha partido de una selección de diseñadores de Alta Costura, explicación del campo de estudio y personalidades universalmente conocidas del mundo del arte (escultura, arquitectura y especialmente pintura), cuyo trabajo y trascendencia social e histórica no presenta ninguna duda. En un diálogo continuo entre la historia, la teoría y obras reconocidas como arte y moda.

Cada diseñador y obra seleccionada (vestido) toca el mundo del arte, ya que la moda es un complejo entramado donde confluyen el color, las texturas, las formas, la composición de las colecciones, la arquitectura del traje, su forma de presentación a través de los desfiles, etcétera. La moda como proyección multidisciplinaria, comprende no solo al mundo del arte, sino a la misma cultura y para apuntalar este proyecto nos detenemos en las reflexiones que nos permiten sostener que la moda entendida no sólo es un arte utilitario sino, que es una forma de comunicar y de crear.

Los códigos que generan la moda se nos presentan a través de imágenes de vestidos, representaciones que serán analizadas a través del estudio del signo, de sus procesos de sentido-significación a partir de la imagen, es decir a través de la semiótica visual²¹.

²¹ Entendemos por semiótica de la imagen el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. El estudio de la imagen y las comunicaciones visuales en realidad desborda lo estrictamente pictórico o

Crearemos una rejilla de vaciado donde clasificaremos los elementos que construyen la existencia del vestido y analizaremos sus características para poder realizar así una lectura cuantitativa que nos permita interpretar los resultados.

Lo visual supera el ámbito de la producción de la imagen; lo visual implica una gran división entre lo estático y lo dinámico, igual si ve a la imagen desde la sintaxis o la recepción. Lo visual, por ejemplo, integra a lo plástico y a lo icónico²², de hecho el famoso Grupo μ ²³ -que sostenidamente desde hace más de 20 años viene reflexionando sobre una semiótica de lo visual- tiene una propuesta interesante de análisis desde la semiótica visual de los signos icónicos y plásticos²⁴. Conviene aclarar la diferencia entre signo plástico e icónico, Klinkenberg²⁵ establece una diferencia entre el signo icónico y plástico. El primero no es conocido, es analógico y remite miméticamente a un objeto de la realidad; en cambio el signo plástico, por su parte moviliza códigos basados en las líneas, los colores y las texturas, tomados independientemente de cualquier remisión mimética. Los significantes icónicos precisamente por depender de los sistemas icónicos están constituidos por unidades discretas (las imágenes como tal y la separación de sus componentes: en una cara, vemos ojos, cejas, nariz, etcétera...), lo que no parece ser el caso de los signos plásticos donde lo que tenemos son líneas, texturas, formas no susceptibles de dividirse.

visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen.

²² Haidar, J. (1996) *El campo de la semiótica visual* en Gimete Wesh Adrián y López Rodríguez Juan Manuel (coord.). *Semiótica. Memoria del curso 1995*. México. UAM-Azcapotzalco. Págs: 184-212.

²³ Grupo μ (1993) *Tratado del signo visual. Para una retórica de la imagen*. Cátedra (Col. Signo e imagen) Madrid. 1992.

²⁵ Klinkenberg, Jean Marie. *Manual de semiótica general*. Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. 2006. Pág 347.

Al ser la imagen un componente fundamental de la cultura, de la vida social y política, estudiar la misma deviene en reflexionar cómo se construye socialmente el sentido en ciertos procesos de comunicación visual.

En este caso nos permitirá entender los códigos visuales utilizados por la moda, en concreto por los diseñadores seleccionados que le sirven como carta de presentación ante el mercado y la sociedad, y, cómo a su vez éstos han buscado establecer puentes de diálogo con el arte para fortalecer si cabe aún más su mensaje estético.

Hemos constatado que no abundan materiales que sinteticen las bases para el estudio semiótico de la imagen, mucho menos desarrollado está el campo de la semiótica de la moda, de la cual apenas se encuentran opiniones concretas quizá por la complejidad y por la gran dispersión de materiales; en ese sentido Klinkenberg²⁶ cuestiona una serie de problemas, un conjunto de cuestiones sobre las cuales reflexionar.

Una de las razones es, tal vez, la propia complejidad del tema dado que la imagen como concepto "empírico" es heterogénea: designa simultáneamente una categoría teórica (lo visual), un sistema de expresión (la pintura, la moda, etc.), un sistema de contenido ("sustancia visual" de acuerdo a Barthes), un problema de producción (la perspectiva, el punto de vista), y, un problema de interpretación.

El mundo de lo visual y de las imágenes el particular se puede prestar para reflexiones abstractas (desde la filosofía, la neurología o la semiótica), para cuestiones técnicas o metodológicas, o bien para un análisis social de los usos de la imagen. Así esta semiótica de la imagen se puede entender como un auxiliar en la reflexión pura, un instrumento para el análisis, o bien un apoyo para consideraciones socio-antropológicas de la imagen. Otra razón de la dificultad se puede explicar por la fluctuación de la

²⁶ Klinkenberg, J.M. (2003) *Claves cognitivas para una solución al problema del iconismo* en DeSignis 4. Julio. Barcelona: FELS .Gedisa. Págs. 15-26.

denominación ocurrida dentro de la misma semiótica, como nos los recuerda Escudero²⁷ ya que según esta autora hay referencias que remiten que a una "semiótica visual", una "semiología de la imagen" o una "semiótica del lenguaje visivo".

4.1. ALGUNAS DEFINICIONES DE SEMIÓTICA.

La semiótica designaba, en griego, el diagnóstico u observación de los síntomas (esto que Eco va llamar después "umbral inferior de la semiótica"; Eco se refiere a los "signos naturales" pero sin valor comunicativo). El objeto de la semiótica son los sistemas semióticos (imágenes, gestos, objetos) que en ocasiones, como el caso del discurso de los medios masivos, se mezclan con el lenguaje verbal; de esta forma, la semiología se puede definir como una trans-lingüística que atraviesa hasta el lenguaje interior, es decir una especie de código que se pueden encontrar en todos los sistemas expresivos, sea lingüístico o no²⁸. Algo que hizo la semiología-semiótica desde los sesenta fue la idea de estudiar cualquier manifestación cultural (la moda y la cultura, la poesía y los medios masivos) como un lenguaje el cual era posible aplicar los conceptos y la metodología para el estudio de la lengua.

Desde el punto de vista filosófico hay más definiciones, así, de acuerdo a la tradición peirciana²⁹ la semiótica no se ocupa del estudio de un tipo de objeto en particular, sino del estudio de los objetos ordinarios en la medida en que participan en la semiosis³⁰. La

²⁷ Escudero, L. (2003) *Repensar la iconocidad* en DeSignis 4. Julio. Barcelona: FELS- Gedisa. Pàgs. 7-12

²⁸ Karan, Tanius. Artículo: *Introducción a la semiótica de la imagen*. Portal Comunicación. Algunas definiciones de semiótica. Pág. 2

²⁹ Nos referimos al lógico y filósofo estadounidense Charles Sanders Peirce (1839-1914), padre del pragmatismo y fundador de la semiótica anglosajona. Como en tantos casos, por una cierta incompreensión y marginación de la comunidad científica de la época, su obra fue redescubierta en parte. Con el "boom" de la semiología (sobre todo en Europa y América Latina) comenzaron a verlo. Peirce presenta una visión novedosa del signo, del proceso de conocimiento y de cómo los signos lo producen conocimiento. En realidad Peirce intenta reformular una teoría lógica, como una teoría de los signos. Además tiene una concepción triádica en la que las partes del signo remiten a procesos. Esta nueva visión de la lógica abrió las puertas a la construcción de un enorme cuerpo teórico del que no había mucha investigación y mucho menos sistematización de su historia, de sus conceptos o de los teóricos involucrados en su desarrollo.

³⁰ Este concepto se entiende como una acción, una influencia la cual es o implica una cooperación entre tres sujetos, tales como un signo, su objeto y su interpretante. En los *Collected Papers* que es la integración que se va haciendo de las más de 35 mil páginas que escribiera el autor, Peirce explica que la semiosis es un proceso que incluye la

semiótica presenta una forma, una manera, una mirada acerca del modo en que las cosas se convierten en signos y son portadoras de significados, pero ésta no se limita a entender y explicar los significados de los signos y el proceso de cómo éstos llegan a significar, sino que le presta mucha atención a la dinámica concreta de los signos en un contexto social y cultural dado.

La semiosis es un fenómeno operativo contextualizado, en el cual los diversos sistemas de significaciones transmiten sentidos, desde el lenguaje verbal al no verbal, pasando por los lenguajes audiovisuales, hasta las más modernas comunicaciones virtuales. Parece existir un grado razonable de acuerdo en que el análisis semiótico no es un acto de lectura o mera justificación de una interpretación; se trataría de un acto de exploración de las raíces, condiciones y mecanismos de la significación, cómo es el que los signos y sus relaciones producen los efectos, en qué medida están diciendo lo que dicen. De ahí que nos interese esta metodología para comprender cómo la moda y los signos que la conforman, construyen un lenguaje reconocido, dotado de significado.

4.2. CONVENCION DE LOS SIGNOS ICÓNICOS.

El doctor Tanius Karam en su investigación la semiótica de la imagen trata de clarificar las reglas que rigen la identificación e interpretación de los signos icónicos; cómo un signo llega a ser objeto de reconocimiento para un grupo, cómo esa convención cambia en la historia social vista como una historia de imágenes y remite a uno de los problemas más antiguos en la filosofía del lenguaje: los acuerdos que grupos elaboran para dotar de significados comunes a los signos y hacer posible la vida social³¹. Las

representación mental del objeto mediante el signo que produce "triádicamente" el efecto intentado o apropiado del signo; la semiosis es la acción producida del signo. Lo que genera son distintas maneras de relación entre las cualidades o propiedades del signo distinguiendo en tres etapas o momentos: el sentimiento puro, la idea de signo (primeridad), el signo en sí (secundaridad) y el efecto que a su vez genera otro signo (terceridad). Este proceso en realidad no se termina, lo que lleve a verse como una "semiósisis ilimitada". Es decir siempre, el efecto que tiene un signo, nos lleva a otras consecuencias y a la manifestación de otro signo que inicia el proceso.

³¹ Karan, Tanius. Artículo: *Introducción a la semiótica de la imagen*. Portal Comunicación. Pág 4.

reglas mediante las cuales los grupos confieren ciertos significados a los signos cambian, por ello no se pueden estudiar separadamente de sus contextos (tanto de producción como de interpretación). En cierto sentido, el movimiento semiótico intenta demostrar que todo mensaje reposa en una convención, porque solamente reconociéndola pueden explicarse los mecanismos de funcionamiento de los signos en la vida social y cultural. De aquí que sea importante la ubicación y localización del estudio, en este caso el estudio ha seleccionado del corpus de producción de moda, la genealogía de Alta Costura y en algunos casos el *Prêt à porter*. Estos géneros han sido elegidos por ser creaciones firmadas de un diseño original, de modas de la más alta calidad y de confección artesanal. Las exigencias de la Alta Costura y de su Cámara Sindical han sido y son muy estrictas. Los diseñadores y artistas seleccionados son altamente conocidos en el mundo de la moda, hablamos de algunos de estos autores en palabras de la escritora y periodista Lola Gavarrón³² como la *Santa Trinidad de la moda y del arte*³³.

4.3. ANÁLISIS DENOTATIVO Y CONNOTATIVO

En semiótica la denotación y connotación son términos que describen relaciones entre el significante y el significado, y la distinción analítica se hace entre los dos tipos de significados. Lo connotativo nos remite a la idea que para Barthes tenía la ideología como sistema semántico secundario que justo hace pasar natural lo que es convencional; desde la perspectiva barthesiana lo connotativo se asocia a "significados ideológicos"³⁴. Ahora bien, más que opuestos o polos hay que ver este par de conceptos como un

³² Lola Gavarrón es periodista y escritora. De su primera formación universitaria como geógrafa -materia en la que es doctora- descubrió que el cuerpo humano es un paisaje y que como tal puede ser transformado por la indumentaria y el maquillaje. Con esta perspectiva humanística de la Moda y la Belleza como otro lenguaje tanto más poderoso cuanto que mudo, afronta sus colaboraciones en medios españoles e internacionales. También para sus clases en diversos masters sobre periodismo de Moda y Belleza como el del ISEM de Madrid. Es autora de los libros *Piel de ángel* (1983), *Mil caras tiene la moda* (1983), *La mística de la moda* (finalista Premio Anagrama Ensayo 1989).

³³ Palabras citadas por la periodista en la inauguración del curso de Comunicación y Gestión de Moda del Centro Universitario Villanueva en octubre del 2014.

³⁴ Karan, Tanius. Artículo: *Introducción a la semiótica de la imagen*. Portal Comunicación. Pág 7.

continuum entre formas más reconocibles y aceptadas (denotación) y otras más particulares donde se pueden colocar matices y formas en aspectos del conjunto sígnico³⁵. Así lo connotativo y denotativo deviene en cualidades complementarias, que cambian de acuerdo al contexto de producción y recepción de los signos. Analizar las connotaciones de una serie de signos es estudiar los códigos culturales que justamente condicionan dichos significados.

4.4. LA IDEA DE UNA SEMIÓTICA VISUAL DE PIERCE.

De manera canónica Tanius Karan reconoce tres programas de semiótica, la Lingüística de Saussure, el programa cultural de la Escuela de Tartu³⁶ y por último el Pragmatismo de Charles Pierce. Por una cuestión de espacio dejaremos las reflexiones que se pueden hacer sobre la posibilidad de una semiología visual desde el programa de Saussure, y Lotman, y, nos centraremos en el proyecto de la semiótica de Peirce, que es otra de las fuentes para la semiótica contemporánea³⁷.

El caso de la semiótica anglosajona de corte pragmático, tiene como hemos dicho en Peirce a su fundador, a quien le interesaba conocer la "comunicación" de los signos en el proceso de conocimiento. Este enfoque presenta amplias posibilidades de aplicación que permitieron advertir una visión más extensa en el programa de Peirce que en el de Saussure. En Peirce la semiótica está muy relacionada con la lógica y se presenta como una doctrina de los signos, vinculada al concepto de "semiosis"; su noción de signo y semiosis parece de mayor alcance que la de significado-significante en Saussure, ello tal vez explique que exista una asociación internacional de semiótica y no de semiología. Dentro de los tipos de signos identificados por Peirce, el autor reconoce a los iconos como el tipo de signos definido por su cierta semejanza con el objeto referido; es el

³⁵ Ibidem.

³⁶ Nos referimos al programa de Saussure (1985/ 1917) y al de Peirce. Para una introducción a Lotman, se puede ver la que hace Jorge Lozano en la primera edición en castellano de las obras de este autor (Cf. Lotman, 1979).

³⁷ Karan, Tanius. Artículo: *Introducción a la semiótica de la imagen*. Portal Comunicación. Pág 9.

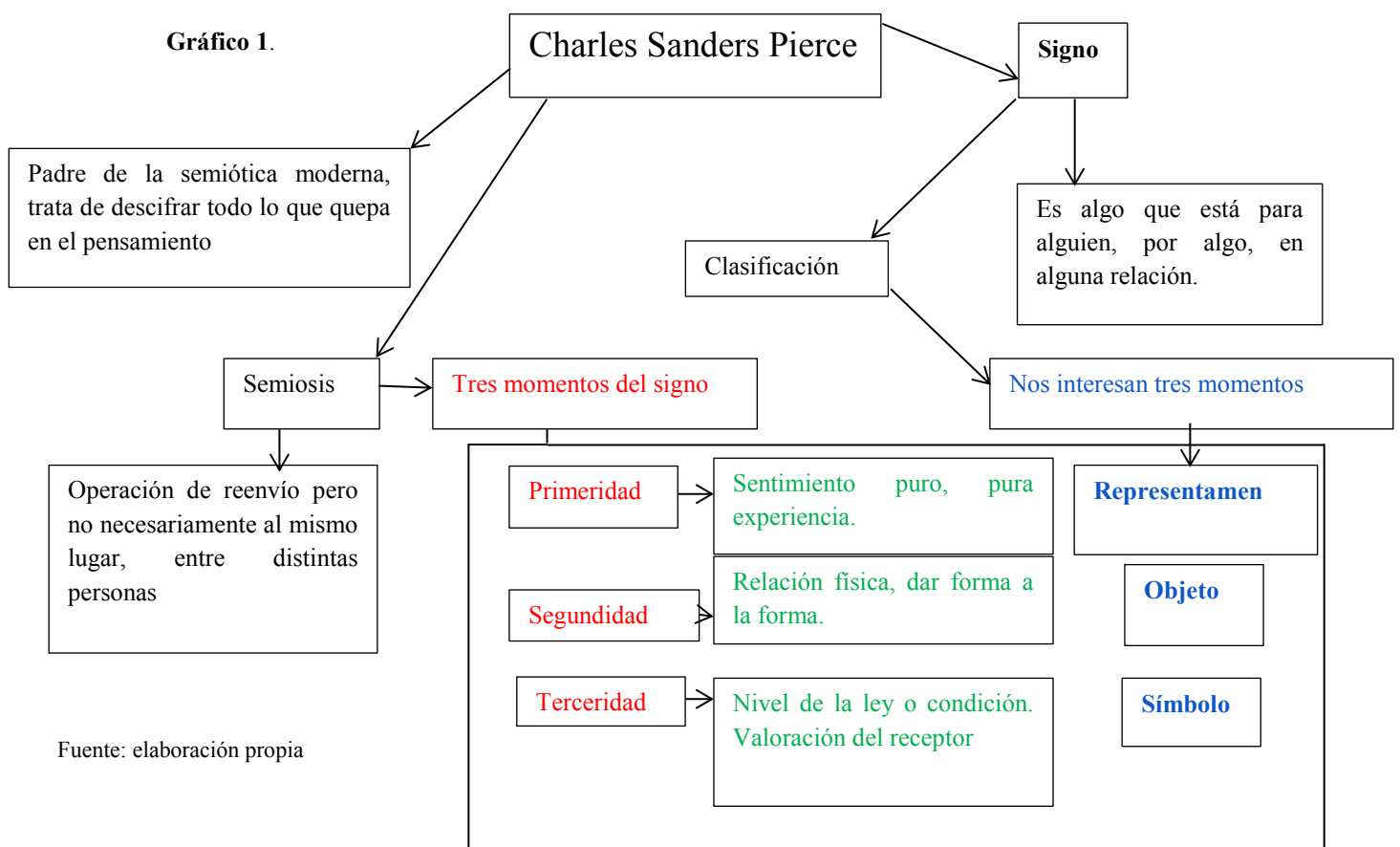
grado de iconicidad que mantiene con respecto a la idea que lo posibilita, es decir que lo traduce a objeto (por ejemplo, un retrato o un diagrama). Es icónico aquel signo que posee algunas propiedades del objeto representado, o mejor "que tenía las propiedades de sus denotados". En realidad, si llevamos esta argumentación a su extremo, el verdadero signo icónico de una persona, no es la prenda o vestido que pueda portar sino la persona misma con el vestido o prenda puesta³⁸. El también estadounidense y gran difusor del pensamiento peirciano, Charles Morris³⁹, matiza un poco esta rigidez y afirma que un signo icónico, aunque recordado, es un signo semejante en algunos aspectos a lo que denota, el problema del icono no es de semejanza o parecido sino de grado de iconicidad. Hay que señalar que Morris desarrolla un poco más el programa de Peirce; los signos se pueden estudiar en tres conjuntos: en relación a su significado (semántica), a su orden y lógica (sintáctica) y a su uso (pragmática). Y esto comporta una extensión sugerente a tres tipos de preguntas que podemos hacer a los signos y mensajes visuales: (a) qué representan y cómo lo hacen; (b) qué características tiene el orden de colocación de los signos y qué pasaría si tuvieran otra organización; (c) finalmente, qué hacen los usuarios de los signos visuales con ellos, cómo afectan a sus conductas. Cualquier signo debe ser alguna cosa, debe "referirse" a un objeto, al que "designa", y esa "designación" debe ser comprendida por un intérprete, por una conciencia interpretante, el efecto que en la situación de comunicación genera. Este problema del signo está vinculado en Peirce al de cómo conocemos, cómo se forman las "ideas" o "conceptos sýgnicos", cómo se forman los signos en nuestra mente y cómo podemos clasificarlos, identificarlos, relacionarlos. Peirce adoptó de la lógica la noción de modalidad para referirse al valor de un signo, reconociendo en él tres clases: la

³⁸ Información extraída de la obra de Tanius Karan. Artículo: *Introducción a la semiótica de la imagen*. Portal Comunicación. Pág 9.

³⁹ Dedicó cincuenta años de su vida a la formulación de una teoría general de los signos, es decir, al establecimiento de una concepción global y una estructura terminológica aplicables a todo tipo de signos a la totalidad de funciones y usos que éstos pueden adoptar. Su libro *Fundamentos de la teoría de los signos*, de 1938, es un clásico de las ciencias sociales del siglo XX.

"actualidad", la "necesidad" (lógica) y "posibilidad". De donde sale las categorías '**Primero**' (son las formas simples o puras del pensamiento, que incluso no son cosas u objetos), '**Segundo**' (cosas u objeto concretos, experiencia que dependen de un lugar y de un tiempo, acontecimientos fácticos), y '**Tercero**' (debe entenderse por pensamiento, conocimiento, legalidad, correlación, representación) que puede tener un valor ontológico, axiológico, lógico o fenomenológico. (Ver gráfico 1).

Gráfico 1.



Cada uno de los tipos de signos que Peirce reconoce que existen y que pueden existir, va a ser tripartido según tres formas distintas de análisis o tricotomías: el "signo en sí mismo", el "signo en relación con su propio objeto" y el "signo en relación con el interpretante".

Peirce entiende por semiosis una relación de tres:

*(...) una acción o influencia que es, o implica, una cooperación de tres sujetos, tales como un signo, su objeto y su interpretante (...)*⁴⁰

*Las tres categorías se combinan para dar lugar al fenómeno artístico. La creatividad artística va a venir de la mano de la abducción. La abducción comienza siempre en la experiencia y ese es también el origen del arte. La abducción artística comienza, al igual que en la ciencia, con un hecho sorprendente (...)*⁴¹.

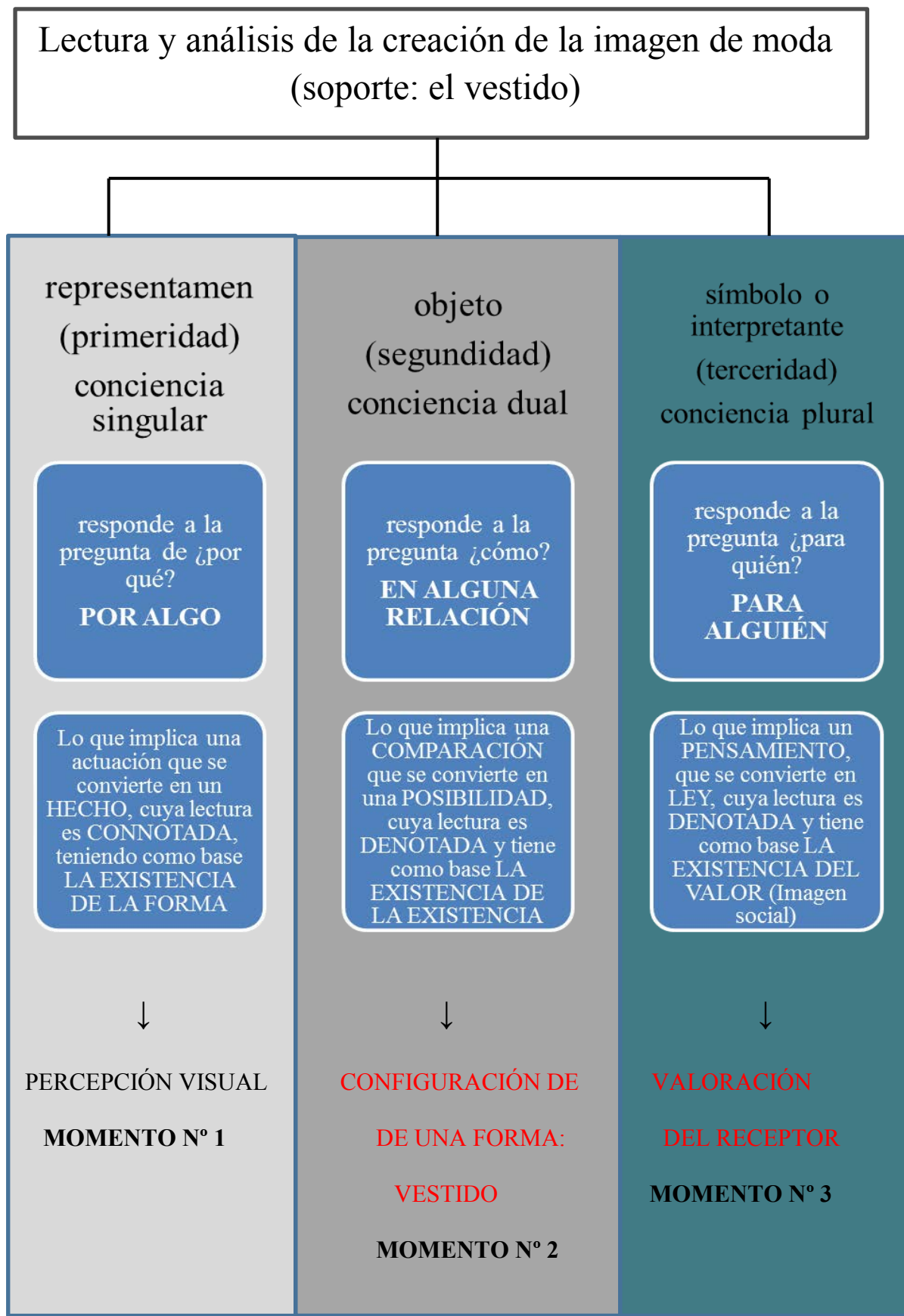
El esquema que se presenta a continuación ha sido elaborado para facilitar la comprensión del objeto de estudio la lectura y análisis de la imagen de moda (vestido o complemento); el signo, entendiendo como algo que está para alguien, por algo, en alguna relación o aptitud. Proponemos una clasificación que después de constatar la opinión y teoría de Pierce, nos sirve para dividir el proceso de percepción del signo en tres momentos que son correlativos entre sí. Cada uno de los tipos de signos que Peirce reconoce que existen y que pueden existir, va a ser tripartido según tres formas distintas de análisis o tricotomías: el "signo en sí mismo", el "signo en relación con su propio objeto" y el "signo en relación con el interpretante". Cada una de estas tricotomías dará origen a una serie de relaciones que Peirce llama relaciones triádicas. Estas relaciones son importantes. No se pudo analizar el signo, la función sígnica o la semiosis en Peirce sin remitir a las otras operaciones. La interacción entre los aspectos formales de los signos y de los aspectos de existencia se puede concebir en términos de un gráfico

⁴⁰ Peirce, Ch. S. (2008) *El Pragmatismo* (Introducción, traducción y notas de Sara Barrena) Ediciones Encuentro, S.A. Madrid. Pág.86.

⁴¹ Barrena, S. (2007) *La Razón Creativa, crecimiento y finalidad del ser humano según C.S. Peirce*. Pág.223.

generador de signos. Las filas comprenden las categorías (primeridad, segundidad y terceridad) según se relacionan con cada elemento de la triada del signo. Las columnas comprenden las categorías según se relacionan con la existencia ('cualidad', 'hechos en bruto', 'leyes generales'). (Ver gráfico 2).

Gráfico 2.



Fuente: metodología aplicada (Elaboración propia)

Para poder realizar nuestras rejillas de vaciado tendremos que buscar los elementos comunes y las herramientas de análisis que tienen en común el arte y la moda.

Una vez definidas y concretadas éstas podremos definir los elementos y códigos que serán nuestras unidades significantes dentro del texto. En lo que atañe a la moda, la obra que inaugura este modelo semiótico aplicado al vestido es la de Roland Barthes *El Sistema de la Moda*. Aquí fue, donde el autor hizo realidad el sueño del lingüista suizo Ferdinand de Saussure: hacer de la semiología una ciencia del estudio general más allá de la lingüística. Barthes en esta obra usa recursos de estos métodos lingüísticos para describir el lenguaje que opera en las combinaciones de la moda: el vestido es visto como un sistema de signos, cargado de simbolismo. El vestido para Barthes constituía el “objeto más puro posible, basado en una única sustancia”⁴².

El autor explica que dicho sistema es pobre, pero que la función del lenguaje es tomarlo a su cargo para hacer un tipo de lenguaje (poético, imaginario, ideológico), así se unen el entorno social y el texto, formando complejas redes de significación en lo que se centra la obra. No obstante Barthes solamente centra su obra en el desarrollo del análisis del vestido y sus posibles usos, caracteres, estaciones o funciones sociales. En este sentido la investigación llevada a cabo por Barthes aunque llena de luz a esta investigación no consigue ser pleno referente a la hora de crear un método que consiga analizar el grueso del cuerpo de estudio.

Para realizar nuestra rejilla de vaciado tomaremos como centro de estudio las últimas dos etapas de lectura, la configuración de una forma y la valoración por parte del receptor. La primeridad no necesitará de un posterior análisis ya que esta etapa describe la necesidad de proyección del artista, lo cual es evidente si el resultado es la creación.

⁴² Barthes, R. *El sistema de la moda*. Paidós Ibérica. Barcelona. 2003. Pág.428.

Son estas últimas las que nos interesan analizar, su composición, la interacción que dentro de ellas tienen los elementos que la conforman y el significado o interpretación que le llegamos a dar a todos esos códigos semánticos activados.

4.4.1. LA PRIMERIDAD COMO NEXO DE UNIÓN ENTRE MODA Y ARTE

El primer contacto del artista con la obra y del diseñador con su creación. Unificamos pues en la misma identidad de artista tanto al creador plástico como al creador textil para consolidar criterios en cuanto al acto y proceso de creación. La posibilidad como tal, está en la primeridad que es lo primero, lo fresco, lo dinámico, lo indivisible. La posibilidad indica un algo aún sin desarrollar, un algo indeterminado, inconcluso. La posibilidad alberga lo posible que es la capacidad de realización misma, la potencia real de la cosa⁴³. Nicole Everaert en su modelo teórico sobre la comunicación artística⁴⁴ plantea que la obra de arte, antes de ser tal es “posibilidad”. En tanto posible, la obra de arte es “indistinción, caos, locura”, de manera tal que el artista, para regular tal caos, debe “infiltrarse” en la terceridad, es decir, en el orden de lo simbólico, definiendo así el proceso de creación.

Como decíamos anteriormente hay que concretar qué elementos narrativos tienen en común los textos de arte y los textos de moda. Para empezar diremos que tanto el diseñador como el artista, están llamados a describir un sentimiento, una idea a través de un vestido, de un complemento, de un objeto, de una pintura, de una escultura, de una danza y un largo etcétera de posibilidades. Por tanto, la finalidad en muchos casos no es

⁴³ Peirce, Charles (1932-35) Collected papers of Charles Sanders Peirce, en Hartshornes, Charles; Weiss, Paul (edit), Vol. 6, Harvard University Press. Pág. 364.

⁴⁴ *La comunicación artística: una interpretación peirciana*, en revista electrónica Signos en Rotación Año III, núm. 181. 2001. Artículo disponible en línea en: <http://www.unav.es/gep/Articulos/SRotacion2.html>(recuperado el 28 de junio de 2009).

ante todo crear algo nuevo, sino hacer un objeto visible e inteligible, es decir, poner de relieve los mensajes en el contenido para posibilitar un proceso de comunicación.

El conocimiento que el artista pueda desplegar en torno a su obra, ya sea que ésta se entienda como idea o como soporte material, no puede haber estado fundamentado en otra cosa que en la creencia del artista que, como lo planteara Peirce, es necesariamente sensorial, es decir, está orientada desde su sensorialidad.

Y, es aquí, desde esta perspectiva de lo sensorial donde el arte y la moda encuentran su primer nexo en común: el acto de creación. El conocimiento que un artista tiene sobre lo que será su obra durante el proceso de creación es un conocimiento aproximativo fundamentado en creencias o hábitos que lo orientan. En ese sentido, el artista no conoce el objeto (la obra) tal cual es (que es lo mismo decir que no lo conoce de forma completa ni siquiera de forma necesariamente correcta); el artista conoce al objeto mediante la puesta en marcha de los procesos de aproximaciones y pruebas de las infinitas posibilidades del objeto, y es ese conocimiento aproximativo, inconcluso e hipotético el que le otorga forma de arte al objeto, o sea, el que lo transforma en objeto de arte. Al ser el proceso de creación un “encuentro” del artista con la primeridad, teniendo en cuenta que la primeridad es posibilidad, dicho encuentro tiene que haberse constituido por medio de hipótesis.

La constelación ideática es la primeridad que propone Pierce en su método triádico, el lugar donde se encuentra la posibilidad potencial de la realización de la cosa, que en este caso es la realización de la cosa en obra de arte. En esta primera fase Pierce propone el método abductivo como fórmula para hacer conjeturas sobre algo, ya sea que se haga de forma razonada, intuitiva o a través de una simple interrogación⁴⁵. La

⁴⁵ Peirce, Charles (1932-35) *Collected papers of Charles Sanders Peirce*, en Hartshornes, Charles; Weiss, Paul (edit), Vol. 6, Harvard University Press. Pág. 476.

abducción capacita al ser humano para investigar porque le permite preguntarse por el objeto, le posibilita generar hipótesis, ideas más o menos definidas que posteriormente habrá que verificar.

4.4.2. LA SEGUNDIDAD COMO NEXO DE UNIÓN EN LA CREACIÓN DE MODA Y ARTE

De aquí que a través de las distintas unidades de análisis como la silueta, la forma, las proporciones, líneas, el ritmo, la funcionalidad, los detalles y adornos, el tejido utilizado, los estampados y la materialidad, el artista construya su percepción en una forma de expresión. Además de esto tendremos que tener en cuenta elementos que utiliza el artista a la hora de presentar su creación, unidades significantes que ayudan a construir y potenciar en nuestra mente la imagen, elementos como: la escenografía, el tipo de desfile, la música, el maquillaje y la actitud de la modelo. Estos instrumentos serán pues los analizados como códigos y elementos visuales narrativos que faciliten al espectador su entendimiento y comprensión. Estas unidades de significación permitirán transformar la creencia o idea primera en comunicación, en expresión, en objeto, que tendrá lugar en el momento que Pierce llamó segundidad, lo cual conformará las bases del planteamiento semiótico de esta investigación.

Al igual que el análisis semiótico de un cuadro, el proceso de creación del artista atiende a conceptos como el color, la forma, la línea, la textura, el plano, la composición, etcétera, un vestido u objeto, resultado del proceso creativo del diseñador también puede resultar lícito ser analizado desde esos componentes, ya que sin duda serán los constructos de la creación de la imagen, y es a esto a lo que nos enfrentamos.

El punto de partida en esta fase es crear un boceto ya es la mejor forma de plasmar las ideas, hacer correcciones y probar cosas nuevas. Sin duda alguna, el boceto es útil en

todos los procesos de creación, ya que nos permite mejorar nuestro producto: y en la moda, eso funciona así también. El boceto es una forma de despertar la creatividad: surge un sentimiento creativo cuando nos ponemos frente a una hoja en blanco. El taller o el diseñador entran en acción y confecciona la *toile*⁴⁶, que es una versión tridimensional del dibujo a tamaño real. Se inicia así la puesta en escena de todos los elementos que aportarán significado al diseño.

Todos los elementos analizados son relativos a algo, es decir, se refiere a cualquier interacción que se dé entre ellos, en este caso la proyección de la forma y su existencia, por lo que en la segundidad se trataría de darle existencia a la existencia de la idea. Implica siempre una idea de dependencia.

Elaboramos pues una tabla para introducir todos los elementos de análisis para facilitar mejor su comprensión. A la hora de seleccionar estas unidades, nos hemos basado en aquellas descritas en el cuarto capítulo (Diseñar a partir de una investigación), del libro escrito por el diseñador y estilista Simon Seivewright, *Diseño e Investigación*. Estos elementos se convertirán en esenciales cuando se transformen las ideas en las formas y los detalles de las prendas, al determinar el tipo de tejido, el uso del color, etcétera. Existe un orden para ocuparse de dichos elementos. Si se exploran todos ellos, se conseguirá una comprensión mayor y más profunda de la pieza y del concepto que se ha desarrollado. A continuación presentaremos el modelo de rejilla de vaciado que planteamos en esta primera fase del análisis. En la tabla podemos observar los elementos y sus definiciones para poder hacernos una idea del contenido y objeto de estudio. Para la posterior presentación de los ejemplos de esta rejilla de vaciado hemos de dirigirnos al apartado de muestreo (véase página 916).

⁴⁶ Realización en tela de algodón blanco del boceto.

4.4.2.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA REJILLA DE VACIADO N° 1. SEGUNDIDAD, FASE DE CONSTRUCCIÓN DE LA EXISTENCIA.

Unidades significantes										
Elementos y tipos	Concepto									
<p>Silueta</p> <p>Tipos de silueta (véase tabla 3.1. Pág.351)</p> <table><tr><td>X o Reloj de arena</td></tr><tr><td>H o Rectangular</td></tr><tr><td>A o V invertida</td></tr><tr><td>V</td></tr><tr><td>O (Ovalada)</td></tr></table>	X o Reloj de arena	H o Rectangular	A o V invertida	V	O (Ovalada)	<p>Es a menudo lo primero que el espectador ve y lo primero ante lo que el espectador reacciona cuando la prenda es presentada en pasarela. La silueta se refiere sencillamente al contorno o a la forma que una prenda crea en el cuerpo. Es algo esencial en el desarrollo de una colección y es lo primero que se aprecia desde lejos, antes de distinguir el tejido. El volumen está íntimamente asociado a la silueta. La plenitud, la masa, o la falta de ella, se aprecian de inmediato en el estilo de la prenda y en su silueta. También la prenda puede presentar características de ligereza o peso a través del uso de tejidos acolchados, gruesos o transparentes. Al diseñar la silueta, hay que intentar tener en cuenta la prenda desde todos los posibles ángulos.</p>				
X o Reloj de arena										
H o Rectangular										
A o V invertida										
V										
O (Ovalada)										
<p>Proporción y línea</p> <p>Tipos de líneas (véase tabla 3.2. Pág. 357)</p> <table><tr><td>Horizontales</td></tr><tr><td>Verticales</td></tr><tr><td>Diagonales</td></tr><tr><td>Curvas</td></tr><tr><td>De estampados</td></tr></table>	Horizontales	Verticales	Diagonales	Curvas	De estampados	<p>Las proporciones de una prenda se refieren a la manera en que se divide al cuerpo a través de líneas –horizontales, verticales o curvas- o mediante el uso de bloques de color o textura y tejido. Las proporciones en el cuerpo se observan a través de los cambios en el talle, en el largo y en las líneas del cuello.</p>				
Horizontales										
Verticales										
Diagonales										
Curvas										
De estampados										
<p>Ritmo</p> <p>Tipo de ritmo (véase tabla 3.3. Pág. 362)</p> <table><tr><td>Homogéneo</td></tr><tr><td>Dinámico</td></tr></table>	Homogéneo	Dinámico	<p>Se puede definir como el grado de intensidad de la estructura visual de una prenda. Las prendas cuentan con elementos visuales como pliegues, volantes, lazos, bolsillos, botones, etcétera.</p>							
Homogéneo										
Dinámico										
<p>Funcionalidad</p> <table><tr><td>Funcional</td></tr><tr><td>No funcional</td></tr></table>	Funcional	No funcional	<p>La función de la prenda guarda relación con lo que es la prenda, es decir, un vestido, una falda, un pantalón o una chaqueta. El brief a partir del cual se trabaja, ofrece a menudo unas directrices que especifican lo que se pretende obtener al final del proceso de diseño.</p>							
Funcional										
No funcional										
<p>Detalles</p> <p>Tipos de detalles (véase tabla 3.5. Pág. 366)</p> <table><tr><td>Abalorio</td></tr><tr><td>Abrochado</td></tr><tr><td>Bolsillo</td></tr><tr><td>Bordado</td></tr><tr><td>Complemento</td></tr><tr><td>Cuello</td></tr><tr><td>Escote</td></tr><tr><td>Motivos florales, plumas, adornos</td></tr><tr><td>Juegos de texturas</td></tr></table>	Abalorio	Abrochado	Bolsillo	Bordado	Complemento	Cuello	Escote	Motivos florales, plumas, adornos	Juegos de texturas	<p>Una prenda puede tener una silueta maravillosa y una buena línea, pero serán los detalles los que la definan y diferencien del trabajo de otros diseñadores. A menudo, los detalles son los que rematan una venta. Cuando el cliente observa de cerca la prenda, ve algo más que simplemente la forma y el corte, por ejemplo una forma especial de abrochado, pespuntos, bolsillos, un determinado tipo de cuello o cinturón. Todos ellos, son elementos que se tienen en cuenta durante el proceso del diseño y a través de los cuales se exploran cambios sutiles y variaciones de prendas similares de una misma colección.</p>
Abalorio										
Abrochado										
Bolsillo										
Bordado										
Complemento										
Cuello										
Escote										
Motivos florales, plumas, adornos										
Juegos de texturas										

<p>Color</p> <p>Tipos de color (véase tabla 3.6. Pág. 371)</p> <table><tr><td>Colores cálidos</td></tr><tr><td>Colores fríos</td></tr><tr><td>Blanco, negro y gris</td></tr></table>	Colores cálidos	Colores fríos	Blanco, negro y gris	<p>Es un aspecto fundamental del proceso del diseño. Suele ser el primer elemento que atrae la atención en una prenda e influye en el modo en que ésta o la colección se perciben. La elección del color o paleta para la colección es una de las primeras decisiones que hay que tomar ya que, a menudo, dictarán el espíritu o la temporada para la que se trabaja.</p>		
Colores cálidos						
Colores fríos						
Blanco, negro y gris						
<p>Tejidos</p> <p>Tipos de tejidos (véase tabla 3.7. Pág. 381)</p> <table><tr><td>Rígidos</td></tr><tr><td>No rígidos</td></tr></table>	Rígidos	No rígidos	<p>El tejido constituye a la vez el elemento visual y sensual del diseño de moda. La caída y el tacto de un tejido determinan la forma en la que una prenda se lleva o cae sobre el cuerpo. Con frecuencia los diseñadores eligen el tejido antes de diseñar la prenda y se inspiran en su apariencia, en su tacto y ductilidad. Es importante subrayar que la silueta se ve influida por la calidad o tipo de tejido utilizado, por ejemplo un jersey de seda drapeará y se deslizará sobre el cuerpo de forma natural, mientras un tejido de lana más pesado tendrá más cuerpo y creará más volumen y forma.</p>			
Rígidos						
No rígidos						
<p>Estampados y adornos</p>	<p>Los estampados son un elemento fundamental que debe tenerse en cuenta en el diseño de una prenda y en el desarrollo de una colección completa. A menudo, el estampado ilustra el color de la paleta, los temas y las influencias que ha recibido el diseñador. Piénsese en una colección inspirada en las formas del constructivismo y del art déco y en cómo ello determinará el color y los dibujos en las prendas diseñadas.</p>					
<p>Materialidad</p> <table><tr><td>Materialidad</td><td>No materialidad</td></tr></table>	Materialidad	No materialidad	<p>En moda, además de la superficie, la estructura interna y la emergencia resultante de una entidad física, también se da un aspecto de asociación de ideas especialmente importante. Los materiales se pueden identificar con determinadas situaciones y las simbolizan: la asociación de la seda con la riqueza y el poder. Por lo tanto, están presentes tres niveles de significado: la materialidad interna, la visible y la asociativa que sea aquella que se trata en la terceridad propuesta por Pierce.</p>			
Materialidad	No materialidad					
<p>Escenografía</p>	<p>La escenografía son todos los elementos visuales con los que formamos una escenificación, sean corpóreos como los decorados, los accesorios, los olores, la iluminación o las características que tengan los personajes, su vestimenta, sus maquillajes, conforman los elementos narrativos que servirán para que el público adopte e integre el mensaje que el diseñador quiera transmitir con su colección.</p>					
<p>Tipo de desfile (véase página 406)</p> <table><tr><td>Desfile clásico</td></tr><tr><td>Desfile teatral</td></tr><tr><td>Desfile conceptual</td></tr><tr><td>Desfile de celebridades</td></tr><tr><td>Desfile de audiovisuales</td></tr></table>	Desfile clásico	Desfile teatral	Desfile conceptual	Desfile de celebridades	Desfile de audiovisuales	<p>El desfile de moda es un medio a través del cual el diseñador puede difundir sus ideas, generar conocimiento de marca, conseguir cobertura en los medios y predisposición del público hacia su firma.</p>
Desfile clásico						
Desfile teatral						
Desfile conceptual						
Desfile de celebridades						
Desfile de audiovisuales						

Actitud de la modelo	En la pasarela cada diseñador es un mundo. Cada uno exige a sus modelos una manera de caminar, una expresión en el rostro, una velocidad y casi una personalidad.						
Maquillaje Tipos de maquillaje (véase tabla 3.8. Pág. 430) <table><tr><td>Maquillaje FX</td></tr><tr><td>Maquillaje de día</td></tr><tr><td>Maquillaje de noche</td></tr><tr><td>Maquillaje de pasarela</td></tr><tr><td>Maquillaje de teatro</td></tr><tr><td>Maquillaje de fantasía, artístico</td></tr></table>	Maquillaje FX	Maquillaje de día	Maquillaje de noche	Maquillaje de pasarela	Maquillaje de teatro	Maquillaje de fantasía, artístico	
Maquillaje FX							
Maquillaje de día							
Maquillaje de noche							
Maquillaje de pasarela							
Maquillaje de teatro							
Maquillaje de fantasía, artístico							

4.4.3. LA TERCERIDAD EN EL ARTE Y EN LA MODA

Terceridad es la que marca el desarrollo vital de los signos, es el estadio de interpretación, es un proceso creador por el cual el caos se hace orden, y la confusión se transforma en claridad, donde los distintos elementos se han constituido en un todo, la pieza representada. Es el proceso de la semiosis, la producción de interpretantes que engendran otros signos que a su vez engendran otros interpretantes, *ad infinitum*. En este momento el interpretante realiza su propia asociación de ideas, esta vinculación se llevará a cabo por el individuo receptor, quien tendrá su propio filtro experiencial. En estas obras, los vestidos se convierten en símbolos que nos llevarán a aplicarlo a un todo. En resumen, esta etapa de terceridad permite crear interpretantes emocionales, energéticos y lógicos al mismo tiempo; puesto que también es un signo, pero que crea en la mente del visitante un signo equivalente al pensado o quizás uno más desarrollado. En este sentido, desde la percepción y la sensación que nos producen estas obras, podemos llegar a coexistir con la creación. En este apartado nos ayudarán también el hecho de elaborar una especie de ficha técnica que nos ayudará a ubicar y contar con más información sobre la prenda y el diseñador. Todos los elementos funcionan a una cuando se trata de transmitir y son importantes tenerlos en cuenta cuando una obra llega al espectador a través de las famosas pasarelas, lugar de unión de todos los adornos y textos que el diseñador utiliza para hacernos llegar su mensaje (véase página 917. Ejemplos de muestreo de la fase interpretativa). La terceridad implica un desarrollo del pensamiento. Puede revestir tres formas, según sea la manera en que se produjo: por abducción (sugiere meramente que algo puede ser), por inducción (muestra que algo es actualmente operativo) o por deducción (prueba que algo tiene que ser)⁴⁷.

⁴⁷ Pierce, Charles S. (1903) *Lecciones de Harvard sobre el pragmatismo*. Lección VI "Tres Tipos de Razonamiento" Traducción castellana y notas de Vericat, José (1988), Universidad de Navarra, Grupo de Estudios Peirceanos en <http://www.unav.es/gep/OnThreeTypesReasoning.html>

4.4.3.1 CONCEPTUALIZACIÓN DE LA REJILLA DE VACIADO N° 2. TERCERIDAD, FASE INTERPRETATIVA O DE VALOR DE LA EXISTENCIA

FICHA TÉCNICA	
Casa de Moda	Casa o firma de moda que se dedica a la creación de prendas exclusivas.
País	Un país es por lo tanto, una determinada área geográfica y una entidad políticamente independiente, con su propio gobierno, administración, leyes, seguridad y población.
Autor	Persona que ha realizado una obra artística, literaria o científica.
Colección/año	Conjunto de modelos creados por un diseñador de moda para una temporada. Año, fecha de realización de esa colección.
Genealogía	Categoría o rama de la moda a la que pertenecen las creaciones, por ejemplo: la Alta Costura, el <i>Prêt a porter</i> , etc.
B/n-color	Nos referimos al color de la fotografía presentada.
Soporte	El soporte se refiere a la prenda que vemos pudiendo ser un vestido, pantalón, chaqueta, abrigo, etcétera.
Circunstancia	Una circunstancia es una situación puntual que tiene unas cualidades y unas características concretas
Carácter	Se refiere al carácter formal o informal del evento
Nivel interpretativo	La metodología de análisis que proponemos se cierra con el estudio del nivel interpretativo de la imagen.
Característica de la imagen, otras fotos de la colección.	Información referente al tipo de plano, las líneas y texturas de la imagen así como su iluminación.

Como demuestra este estudio entre otros muchos, la semiótica que se puede usar como ciencia e instrumento de investigación en las disciplinas más diversas: espacio, tiempo, estética, moda, música, arquitectura, pintura, cinematografía, fotografía, comics, publicidad, textos, literatura, teatro, teología, etcétera⁴⁸. De hecho, desde hace décadas, existen ya suficientes publicaciones en castellano sobre los estudios semióticos de cada uno de esos campos del conocimiento y es obvio que no necesitábamos citarlos aquí a todos. Recordemos, simplemente, los trabajos de autores como el mismo Eco⁴⁹ (Publicidad y Lenguajes no Verbales), Barthes⁵⁰ (Moda, Fotografía y Cine), Vilches⁵¹ (El Lenguaje de la Imagen), Pérez Tornero⁵² (Publicidad), Moles⁵³ (Cartel y Objetos de Uso Diario y Doméstico), Rodríguez Diéguez⁵⁴ (Comic), Foucault⁵⁵ (Discurso), Greimas⁵⁶ (Semántica Estructural), más cercanos encontramos a Santos Zunzunegui⁵⁷ y

⁴⁸ Autores como el alemán Winfried Nöth en su Manual de Semiótica de 1985 ya señalaban que la semiótica se podía usar como ciencia e instrumento de investigación en las disciplinas más diversas.

⁴⁹ Umberto Eco se doctoró en filosofía y letras en la Universidad de Turín en 1954 con un trabajo que publicó dos años más tarde con el título de *El problema estético en Santo Tomás de Aquino* (1956). Trabajó como profesor en las universidades de Turín y Florencia antes de ejercer durante dos años en la de Milán. Después se convirtió en profesor de Comunicación visual en Florencia en 1966. Fue en esos años cuando publicó sus importantes estudios de semiótica *Obra abierta* (1962) y *La estructura ausente* (1968), de sesgo ecléctico. Desde 1971 ocupa la cátedra de Semiótica en la Universidad de Bolonia. En febrero de 2001 creó en esta ciudad la Escuela Superior de Estudios Humanísticos, iniciativa académica solo para licenciados de alto nivel destinada a difundir la cultura universal. También cofundó en 1969 la Asociación Internacional de Semiótica, de la que es secretario.

⁵⁰ Barthes es parte de la escuela estructuralista, influenciado por los lingüistas Ferdinand de Saussure, Émile Benveniste, y Jakobson así como por el antropólogo Claude Lévi-Strauss. Criticó los conceptos positivistas en literatura que circulaban por los centros educativos franceses en los años 50. Una parte de la obra inicial de Barthes, si bien heterogénea y a menudo abstracta, puede ser accesible con una lectura metódica y concentrada; los conceptos propuestos para el análisis semiológico, en un primer momento provenientes de lingüistas como los ya citados y Hjelmslev y otros van derivando a una especificidad mayor que permite avanzar por el entonces poco transitado camino de la semiótica, que desarrolla en su libro *Elementos de Semiología*.

⁵¹ Lorenzo Vilches es catedrático de Periodismo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), y profesor invitado en Universidades de Latinoamérica. Consultor internacional en el campo del cine y la televisión.

⁵² Director del Gabinete de Comunicación y Educación (UAB). Sus principales líneas de investigación son: comunicación y educación; televisión cultural y educativa, alfabetización mediática; cibermedios, sociosemiótica.

⁵³ Teórico de la comunicación, filósofo y físico francés.

⁵⁴ *El cómic y su utilización didáctica. Los tebeos en la enseñanza*. 1986. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

⁵⁵ Fue un historiador de las ideas, psicólogo, teórico social y filósofo francés. Fue profesor en varias universidades francesas y estadounidenses y catedrático de Historia de los sistemas de pensamiento en el Collège de France (1970-1984) en reemplazo de la cátedra de Historia del pensamiento filosófico que ocupó hasta su muerte Jean Hyppolite. El 12 de abril de 1970, la asamblea general de profesores del Collège de France eligió a Michel Foucault, que por entonces tenía 43 años, como titular de la nueva cátedra. Su trabajo ha influido en importantes personalidades de las ciencias sociales y las humanidades.

⁵⁶ Fue un lingüista e investigador francés de origen lituano, nacido en la Rusia revolucionaria, que realizó importantes aportes a la teoría de la semiótica, fundando una semiótica estructural inspirada en Ferdinand de Saussure y Louis Hjelmslev. Promovió el «Grupo de Investigación Semiolingüística» (EHESS/CNRS) y la Escuela Semiótica de París. También destacan sus trabajos sobre mitología lituana.

⁵⁷ Es un escritor e historiador del cine español. Es también catedrático de comunicación audiovisual de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación en la Universidad del País Vasco (UPV), de la que ha sido decano. Asimismo, ha sido profesor invitado en la Paris-Sorbonne Nouvelle, la École Normale Supérieure, Ginebra y Buenos

su *Metamorfosis de la mirada*, donde se aborda el sentido de museo desde una perspectiva semiótica (partiendo de las teorías greimasianas) y a Javier Ruiz San Miguel⁵⁸ (profesor titular de la UMA) con su análisis sociosemiótico de la imagen de prensa, estudio que fue objeto de su tesis doctoral *Imagen fija. Fotoperiodismo en la prensa diaria del País Vasco* (1978-1992). Como se puede ver son muchísimos los que han aportado su saber y su quehacer al reconocimiento de la semiótica en diferentes esferas del quehacer humano, y que, de un modo u otro, les conocemos ya en nuestro contexto.

Para poder vislumbrar los elementos comunes entre ambas disciplinas, sus relaciones y su intertextualidad hemos de iniciar la investigación explicando su estructura y los apartados o capítulos que conformarán el esqueleto de la investigación.

Aires, entre otras. Son especialmente reconocidos sus ensayos "Pensar la imagen", "Metamorfosis de la mirada", "La mirada Plural" y sus monografías de "Robert Bresson" y "Orson Welles".

⁵⁸ Fotoperiodista y guionista de la tira de humor y suplementos gráficos en la prensa vasca. Fue profesor de Teoría de la imagen en la Universidad del País Vasco y actualmente es docente de fotografía y teoría de la comunicación en la Universidad de Málaga.

5. ESTRUCTURA DEL TRABAJO

Nuestro trabajo está estructurado en cuatro bloques principales, que se complementan con contenidos introductorios en los que se plantea el tema de estudio y la metodología que se aplicará en su desarrollo. Este proceso nos permitirá dilucidar las estrechas vinculaciones, conocer los cruces y contaminaciones existentes a lo largo de la historia entre las dos áreas, al mismo tiempo que nos ayudan a entender y concretizar la moda, la sociedad y el consumo.

Para poder entender mejor el concepto de Moda y analizar de cerca el concepto de Alta Costura, como la versión más sofisticada del mundo de la moda, que a su vez marca y delimita nuestra investigación, hemos de adelantarnos y comenzar el estudio con el primer capítulo **LA HISTORIA DE LA INDUMENTARIA. DE LA EDAD DE PIEDRA HASTA NUESTROS DÍAS.**

De esta forma podremos valorar la importancia de las transformaciones de la indumentaria para comprender los cambios artísticos, sociales y tecnológicos a lo largo del tiempo y poder construir una síntesis de los principales acontecimientos a lo largo de la historia, integrando conocimientos significativos de las principales líneas de la indumentaria en los distintos períodos. Realizaremos este estudio cronológico desde el punto de vista de la técnica y desde la perspectiva histórica. En el primer caso se analizan las distintas formas de producir prendas de vestir, los materiales que pueden utilizarse y la maneras en que puede llevarse una prenda, mientras que en el segundo caso, además del estudio de las distintas modas, generalmente reservadas a las clases más acomodadas, se realizarán estudios antropológicos y sociológicos, analizando la cultura popular y permitiendo entender la moda como un proceso retroalimentario de cultura y clases sociales y un lugar de encuentro de influencias.

Este primer capítulo abarcará la indumentaria hasta nuestros días por lo que tendremos la posibilidad de conocer en profundidad que sucedió en el siglo XIX con la aparición de la Alta Costura, momento en el cual la moda es la creación que aparece firmada, por tanto, de diseño original, de modas de la más alta calidad y de confección totalmente artesana. El diseñador o *couturier*, crea modelos a partir de una glasilla de hilo (prototipo de una prenda) o percal que lleva su nombre, y después se hacen las prendas basadas en esa glasilla. Una nueva forma de creación que será nuestro objeto de estudio, ya que a partir de esta nueva forma de experimentación, el vestido y sus complementos empiezan a ser considerados como expresiones máximas de una experiencia lujosa al igual que el arte, por características tales como: la unicidad de la creación, la autoría, el estudio de la nobleza de sus materiales y su finalidad estética...hacen que esta disciplina pueda elevarse a disciplina artística.

Para poder hacer una evaluación integral de la figura y del trabajo de un diseñador desde el plano artístico consideramos importante hacer una separación quirúrgica de aquello que llamamos indumentaria y a lo que llamamos moda. Por ello presentamos el segundo capítulo llamado **DE LA INDUMENTARIA A LA MODA. ACERCAMIENTO AL CONCEPTO DE MODA.**

La moda como fenómeno socio-cultural surgió en Europa en los albores del Renacimiento. Hasta el siglo XIV la ropa había sido, por supuesto, símbolo de pertenencia a una determinada clase social, pero la innovación renacentista consistió en poner de relieve el valor de la individualidad. La ropa empezó a convertirse en expresión, además, de la personalidad; en exaltación de un gusto propio, la apariencia empieza a ocupar un lugar predominante en la historia, el cambio ya no es un fenómeno fortuito, accidental, sino que se ha convertido en una de las reglas de placer para la alta sociedad, lo fugaz funcionará como una de las estructuras constitutivas de la vida

mundana. Comienza el poder social de los signos ínfimos, domina el culto a las novedades, se reproducen modelos del presente y extranjeros produciéndose un desprestigio hacia lo antiguo y clásico. La novedad se convierte en fuente de valor mundano. La moda testimonia el poder del género humano para cambiar e inventar la propia apariencia y éste es precisamente uno de los aspectos, de la empresa de los hombres: llegar a ser los dueños de su condición de existencia. Con la agitación propia de la moda surge una clase de fenómeno “autónomo” que únicamente responde a los juegos de deseos, caprichos y voluntades humanos. No hay sistema de moda al margen de la conjunción de estas dos lógicas: la de lo efímero y la de la fantasía estética. Esta combinación, que define formalmente el dispositivo de la moda, ha tomado cuerpo una sola vez en la historia, en el inicio de las sociedades modernas, la relación entre el arte y la moda es indisociable de la modernidad.

Con la aparición de la Alta Costura, la moda se convierte en un aparato especializado y autónomo definido por el talento y el mérito, se transforma en objeto de tratamiento especializado y en la institución que hegemoniza la producción y difusión de las tendencias vestimentarias y del diseño. En relación a la experiencia del tiempo moderno, el diseñador de moda traduce la sensibilidad propia de una época signada por la contemporaneidad. Este fenómeno se correspondió con el surgimiento de un deseo de autoría en todas las artes. La ascensión social de las personas dedicadas a la moda no es un fenómeno sin precedentes; en cierto sentido se puede relacionar con un movimiento reivindicativo mucho más antiguo, el iniciado en los siglos XV y XVI por los pintores, escultores y arquitectos que no pararon hasta obtener para sus profesiones un estatus de artes liberales, radicalmente distinto del de los oficios mecánicos o artesanos⁵⁹. Pero si

⁵⁹ Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama. Pág. 96.

bien la lucha de los gremios para acceder a la condición de artistas y disfrutar del reconocimiento social no es totalmente nueva, en los siglos XVIII y XIX el proceso se manifiesta mediante signos particulares, tan característicos del momento histórico que no pudieron dejar de beneficiarse de los valores propios de la época moderna.

En este período los modistos sublimes no solamente alardean de que su arte iguala en nobleza al de los poetas y pintores sino que se comportan igual con los nobles. En ese sentido, la reivindicación de los oficios de moda resulta inseparable de los valores modernos, del ideal igualitario del que constituye una de las manifestaciones⁶⁰. Si las gentes de la moda consiguieron ser reconocidas como artistas geniales es porque apareció una nueva sensibilidad respecto a lo superfluo, a lo novedoso, nuevas aspiraciones que valoraban de forma inédita hechos hasta entonces “indignos” de ser tenidos en cuenta. Esos nuevos valores morales que glorifican lo humano permitieron el ennoblecimiento de la moda. La ideología individualista y la era sublime de la moda son de este modo inseparables; culto del desarrollo individual, del bienestar, de los goces materiales, deseo de libertad, voluntad de debilitar la autoridad y las obligaciones morales: las normas holistas y religiosas, incompatibles con la dignidad de la moda, fueron minadas no solamente por la ideología de la libertad y la igualdad sino también por la del placer, tan característica de la época individualista⁶¹.

Una vez presentada esta parte histórica que nos permite conocer y entender algunos de los muchos entramados de la moda y sus personalidades, centramos nuestro tercer capítulo en **EL DISEÑO Y EL DISEÑADOR DE MODA VERSUS ARTE Y ARTISTA**.

⁶⁰ Ibidem, pág. 49.

⁶¹ Ibidem, pág. 49.

En la actualidad al diseñador se le piensa como un profesional con criterio estético, sensibilidad y capacidad para generar nuevas ideas, pero que se encuentra al frente de un “negocio”, con todo lo que ello implica. Antes de sumergirnos en estas explicaciones, haremos especial hincapié en la tarea creadora y en la mirada artística de la figura del diseñador de moda. Como su nombre indica este capítulo está destinado a profundizar sobre la figura del diseñador y cómo éste tiende hacia el arte, realizando guiños y homenajes a través de sus creaciones. En este caso, la palabra “versus”, no la utilizamos con el sentido de “contra” como suele utilizarse actualmente, sino utilizamos la acepción latina de la palabra cuyo significado era “hacia”. En su origen se refería al movimiento de ida y vuelta ejecutado por el labrador al arar la tierra. Con este mismo sentido, pero sustituyendo la figura del labrador por la del diseñador, y, la tierra por el arte, presentamos esta sección cuya finalidad no es otra que mostrar los elementos y lazos comunes que existen entre ambas disciplinas. Para empezar procederemos mostrando una serie de ejemplos de cómo desde las distintas ramas de la moda han bebido de la gran fuente que es el arte. Una vez que hayamos observado estas comparativas y siempre desde el punto de vista artístico analizaremos el concepto de diseño y profundizaremos en el trabajo del diseñador: elementos, herramientas, significación, etc. Así pues, estos elementos serán los que nos permitan realizar el muestreo de la investigación de una forma cuantitativa para que nuestro estudio pueda ser valorable y objetivo. Hemos querido comparar las características propias del diseño con las características propias de artes como: la arquitectura, la escultura y muy especialmente la pintura.

Tendremos pues un apartado dedicado a la moda & arquitectura, otro a la moda & escultura y por último a la moda & pintura. Como podemos imaginar, son muchos, los diseñadores que beben del mundo de las artes, es imposible conocer y profundizar en

todas aquellas personalidades que han intervenido en este proceso. Por este motivo y por la inevitable caducidad inherente al mundo de la moda resulta demasiado amplio abarcar todas estas conexiones, por lo que nos limitaremos a seleccionar las que ante nuestros ojos se han presentado como más evidentes en el discurso planteado, haremos más hincapié como hemos dicho anteriormente en las conexiones encontradas en los movimientos pictóricos de vanguardia, que serán más adelante el motivo del último capítulo.

Teniendo en cuenta que el movimiento supone una ida y una vuelta entre ambas disciplinas y que las vinculaciones se dan de un lado al otro, es decir, van, desde la moda al arte y del arte a la moda, hemos querido dar finalidad al capítulo dedicando un espacio a los artistas que han jugado con los materiales textiles y el mundo de la moda para crear sus obras. Hemos querido hacer una selección que sea representativa de las diferentes artes, es por ello que en este apartado encontraremos tanto artistas plásticos, como fotógrafos, escultores, arquitectos y artistas performances que hayan dialogado con el mundo de la moda y lo hayan utilizado como inspiración. No hemos querido olvidar cómo muchas de las creaciones de moda de los diseñadores han llegado al espacio del museo y se han convertido en obras admiradas por un público a través de diversas exposiciones. Por esto, para concluir, hemos esbozado esta situación presentando los numerosos museos y espacios que han abierto sus puertas a esta disciplina.

A la aparición de la Alta Costura a mediados del siglo XIX en París, se une, posteriormente, la aparición de las Vanguardias artísticas de finales del XIX y principios del XX. Será reconocida como una etapa de creación de diversos movimientos cuya finalidad será la búsqueda de la innovación en la producción artística a través de planteamientos divergentes que abordaban la renovación del arte, punto de

inflexión que influenciará sin duda a la Alta Costura y a la moda en sí. El cuarto capítulo **DIÁLOGOS Y JUEGOS ENTRE ARTE Y MODA CON LOS MOVIMIENTOS DE VANGUARDIA** será nuestro bloque final al que seguirán las palabras de cierre y las conclusiones de la investigación.

Teniendo por base estas dos referencias temporales: la aparición de la Alta Costura y las Vanguardias artísticas, han sido y son muchos los diseñadores que se han interesado por la alta moda, autores como Paul Poiret, Elsa Schiaparelli, Cristóbal Balenciaga, Christian Dior, Yves Saint Laurent, Coco Chanel, Paco Rabanne, Rei Kawakubo, Alexander McQueen, entre otros, que no han dejado de innovar y reformular los propios principios de la moda. Será en este capítulo donde analizaremos de cerca las principales vanguardias, sus características, lenguajes y bucaremos encontrando a los autores que han bebido y reflejado en su producción las características y estilos de dichas vanguardias para poder dar bases a sus vestidos y complementos.

Han sido las vanguardias históricas o ismos, los diversos movimientos de protesta los que permiten a esta investigación plantearse una de sus hipótesis, ya que esta época acompaña e invita a ambas disciplinas, Arte y Moda, a romper con los modelos tradicionales y su eternidad, propugnando un nuevo lenguaje expresivo y una nueva forma de libertad del artista & diseñador. Será este período pues, una etapa de fusión entre ambas artes, que promoverá un nuevo lenguaje de creación cuya función y eje será la exploración. Búsqueda que se ha venido desarrollando hasta nuestros días por parte de los artistas y diseñadores actuales, consiguiendo establecer una relación de dependencia movida por un fuerte consumo y una necesidad de deseo y diferenciación, guiños conscientes y homenajes en primera línea de consumo que despiertan de forma inconsciente la individualidad. Logrando también una nueva actitud del espectador ante

la obra de arte, haciendo del vestuario y sus complementos un objeto sutil de deseo, una obra de arte admirada ya en los museos.

La presentación y el posterior desarrollo de estas partes nos ayudarán a comprender que la moda, no sólo se proyecta en el mundo del arte, sino también en la cultura. Para finalizar, se expondrán las conclusiones de la investigación, ultimando el trabajo con las fuentes y recursos bibliográficos, así como la presentación de los anexos del muestreo de análisis, del glosario y de la bibliografía y webs del tema.

6. CONCEPTUALIZACIÓN Y REGIÓN DE ENCUENTRO ENTRE EL ARTE Y LA MODA

El arte y la moda siempre han tenido espacios de coincidencia. Muchos diseñadores como Yves Saint Lauren, Schiaparelli, Chanel, Rabanne, Dior y un largo etcétera como veremos más adelante, utilizan el arte como medio de inspiración para sus telas, formas, materiales e incluso para lograr piezas inesperadas. Igualmente el arte se ha valido de la moda para llegar a otros públicos, para lograr otras vitrinas.

La opacidad de la moda como fenómeno, su rareza, su originalidad histórica, son considerables: ¿cómo es una institución esencialmente estructurada por lo pasajero y efímero? Y, ¿Puede esto permitir que la fantasía estética haya podido conseguir un lugar en la historia humana?

¿Cuáles son las diversas lógicas de significación que han permitido y permiten en las sociedades actuales potenciar el modo en que el vestido y sus complementos se presente, se aprecie y se reconozca como parte de una cultura legítima?

Habiendo identificado al comienzo una región de encuentro en torno al ideal de “belleza”, sin embargo, pronto se advierte que el gusto y la apreciación estética no son suficientes para una demarcación significativa en el territorio de los intercambios entre arte y moda, y debemos recurrir a un análisis más sofisticado de las condiciones de acto de crear por parte del diseñador & artista y del acto del “exhibirse” como clave hermenéutica para desentrañar el nuevo constructo cultural del arte-moda.⁶²

⁶² Aras, Roberto, E. Artículo de investigación *Arte y moda. ¿Fusión o encuentro? Reflexiones filosóficas*. Cuadernos del Centro de estudio de Diseño y Comunicación. N° 44. Universidad De Buenos Aires. 2013.

En su famoso estudio *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Walter Benjamin⁶³ introduce la idea de “aura” con la intención de explicar qué es lo que se pierde en la multiplicación de una pieza original⁶⁴. La singularidad y la irrepitibilidad otorgan una dimensión única a aquellas cosas que se inscriben en el ámbito de la creación artística. La reproducción y la masividad facilitan el acceso a la apropiación del arte pero, al mismo tiempo, eliminan la autenticidad que es la nota que remite a la historicidad del origen.

La vinculación, pues, entre el aura y la autenticidad se establece al modo de una pausa en el flujo temporal que sustrae al arte del devenir y lo mantiene a salvo de la valoración circunstancial. La denominada eternidad del arte, es decir, el reconocimiento de la perfección sin límites de espacio o tiempo, resguarda su esencia de la contaminación dialéctica a la que se vería sometido en los escenarios cambiantes de la galería, el teatro o la sala musical. Cuando el arte eterno -y por eso, lejano- pierde el aura, se convierte en objeto inmediato, consumible, mero residuo icónico más apto para la crítica que para la fruición, desmontado de todo aparato ritual y, finalmente, nostálgico de su abandonada condición trascendente⁶⁵. Lipovetsky citaba:

Indiscutiblemente puede verse el eclipse de la distancia como una de las aspiraciones del arte moderno, a condición de no ocular su efecto estrictamente inverso, su carácter hermético, “intelectualista”, “intransigente”, decía Adorno. Resulta demasiado simplista tomar en consideración únicamente las intenciones de los artistas, igualmente significativa es la acogida de estas obras que, hoy como ayer,

⁶³ Benjamin, W. *La obra de arte en la época de su reproductividad técnica*. Edorial Itaka. 2003. México. Pág.42.

⁶⁴ Benjamin, W. Opus cit. *En la época de la reproducción técnica de la obra de arte lo que se atrofía es el aura de ésta*. Pág.43.

⁶⁵ Benjamin, W. Opus cit. Pág.44.

perturban profundamente el proceso de comunicación y dejan al público perplejo. Cómo hablar de eclipse de la distancia respecto de obras cuyas construcciones insólitas, abstractas o dislocadas, disonantes o mínimas han provocado el escándalo, confunden la evidencia de la comunicación, perturban el orden de la continuidad espacio-temporal y conducen por ello al espectador no tanto a recibir emocionalmente la obra como a interrogarle de forma crítica ⁶⁶.

Un aspecto crucial de este proceso ha sido tratado por Jean Baudrillard cuando advierte que “la exigencia museal de inscripción eterna de las formas y la de la actualidad pura funcionan simultáneamente en nuestra cultura” ⁶⁷, porque son el resultado de la reducción al mínimo cultural simbólico, matriz de nivelación y reutilización universal. Esta equiparación logra eliminar, precisamente, las marcas temporales del aura y extiende la permutación de las formas artísticas al infinito, beneficiando así al punto de partida de la moda, objeto de perfección instantánea y caduca.

De ahí que, según Baudrillard, el museo y la moda hayan surgido contemporáneamente: La moda hace lo mismo según su ciclo: conmuta y hace jugar entre sí a todos los signos absolutamente. La temporalidad de las obras de museo es la del perfecto, de la perfección: es el estado muy particular de lo que ha sido, y jamás actual. Pero la moda tampoco es jamás actual: especula con la competencia de las formas a partir de su muerte y de su almacenamiento, como signos, en una reserva intemporal. La moda readapta de un año al otro lo que ha sido, con una libertad combinatoria enorme ⁶⁸.

⁶⁶ Lipovetsky: *La era del vacío*. Pág.98. Barcelona, Anagrama. 1986. Pág 98.

⁶⁷ Baudrillard, J: *El intercambio simbólico y la muerte*. Caracas: Monte Ávila. 1980. Pág 103

⁶⁸ Opus cit. Pág. 103.

El progresivo y contemporáneo incremento de tendencias artísticas-estéticas iniciado en época de vanguardia e instalado en nuestros días ha permitido y permite entre ambas disciplinas generar un espacio plural abierto a la creación de un fuerte lenguaje interpretativo, no estructurado, tanto para el diseñador como para el artista.

Esto a su vez indica que en ámbito social coexisten y cohabitan distintos niveles de entendimiento artístico-estético que fluye según el dinamismo de la vida social. Microsistemas y conceptos sensibles que buscan capturar y preservar significados y prácticas para poder comprender los ejes que orientan el comportamiento humano.

Esta autonomía del gusto frente a la razón, la traslación de la racional a lo irracional, se convierte en el espacio más cómodo para la inspiración, donde se potencia la actividad fantástica. Las formas clásicas mueren en las imitaciones pero éstas son racionalmente justificables, sirven para usos prácticos, para la oratoria figurativa y tienen derecho histórico a la existencia.

LA
INDUMENTARIA:
DE LA EDAD DE PIEDRA
HASTA
NUESTROS DÍAS

Desde hace miles de años el primer lenguaje que han utilizado los seres humanos para comunicarse ha sido el de la indumentaria, quizás por eso, entendemos que el lenguaje de la moda, nos brinda una información o desinformación sobre quiénes somos, nuestra procedencia, muestra personalidad, las opiniones, los gustos incluso nuestros deseos sexuales o nuestras apetencias y nuestro humor⁶⁹.

La comunicación a través de la prendas se ha patentizado en un devenir histórico que trasladamos de generación en generación, los usos y costumbres, círculo central de normativas y el entendimiento humano, usos que nos permiten codificar ciertos actos que tienden a convertirnos en seres que exteriorizamos en la indumentaria el hecho de compartir una misma historia⁷⁰.

Este primer capítulo abarcará la indumentaria hasta nuestros días por lo que tendremos la posibilidad de conocer en profundidad que sucedió en el siglo XIX con la aparición de la Alta Costura, momento en el cual la moda es la creación que aparece firmada, por tanto, de diseño original, de modas de la más alta calidad y de confección totalmente artesana. Una nueva forma de creación que será nuestro objeto de estudio, ya que a partir de esta nueva forma de experimentación, el vestido y sus complementos empiezan a ser considerados como expresiones máximas de una experiencia lujosa al igual que el arte, por características tales como: la unicidad de la creación, la autoría, el estudio de la nobleza de sus materiales y su finalidad estética...hacen que esta disciplina pueda elevarse a disciplina artística.

Aprovecharemos este recorrido histórico a través de la vestimenta para señalar los cambios más importantes acontecidos en el devenir de los tiempos, que nos harán cumplir con varios de nuestros objetivos:

⁶⁹ Casablanca, Luis. *La moda como disciplina artística en España. Jesús del Pozo y la generación de los nuevos creadores*. Universidad de Granada. Pág. 26

⁷⁰ *Ibíd.*

→ Valorar la importancia de las transformaciones de la indumentaria para comprender los cambios artísticos, sociales y tecnológicos a lo largo de la historia.

→ Poder construir una síntesis de los principales acontecimientos a lo largo de la historia, integrando conocimientos significativos de las principales líneas de la indumentaria en los distintos periodos.

1.1. LA PRÁCTICA DEL VESTIR

El hombre se viste para protegerse del ambiente físico que lo rodea. Se observa que en situaciones climatológicas extremas, el organismo reacciona creando sus propias defensas y se adapta al medio. Por lo tanto al mismo tiempo que se protegía de los rigores del clima, el hombre creó sus vestidos para diferenciarse.

Desde los comienzos, el vestido actúa como elemento diferenciador y al mismo tiempo individualizado. Sin embargo posee entre otras cosas un elemento clave; es indicativo de pertenencia. Algunos autores opinan que entre los orígenes del vestido está el principio de la autoafirmación⁷¹.

En nuestra cultura occidental se comienza haciendo referencia a los escritos religiosos, con una parábola de los *Cantos de la Perla* de los Hechos (apócrifos) de Tomás⁷² donde narra:

Recorría el mundo el hijo de un rey sacerdote, cuando maravillado, se detuvo en Egipto, y se quedó largo tiempo. Llegó así a olvidar sus orígenes hasta el punto de cambiar su vestidura real por un simple taparrabos, pero un día tuvo un sueño y en el aparecía su padre que le mandaba a bordar un maravilloso vestido de oro y piedras preciosas a su medida para celebrar su regreso, entonces el príncipe al levantarse por la mañana horrorizado se despojó del taparrabos que le cubría su cuerpo. En la ropa del sueño había reconocido su verdadero yo y recobrado su identidad.

⁷¹ Casablanca, Luis. *La moda como disciplina artística en España. Jesús del Pozo y la generación de los nuevos creadores*. Universidad de Granada. Pág. 27.

⁷² El Evangelio según Tomás pertenece a un conjunto de textos gnósticos descubiertos en Egipto en 1945. Contiene, según podemos leer en su primera línea, las palabras secretas de Jesús y su redacción es anterior a la de los cuatro Evangelios Canónicos. Este bellissimo texto, nos ofrece algunas de las parábolas que todos conocemos, pero también palabras de Jesús que la censura no había dejado que llegara hasta nosotros. Evangelio según Tomas, Ediciones Obelisco. Citado en *La moda como disciplina artística en España. Jesús del Pozo y la generación de los nuevos creadores*.

En el libro de Job (29,14) se encuentra esta cita donde Job recuerda su felicidad anterior.

Me revestía de justicia, y ella me cubría; como manto y diadema era mi rectitud.

Así representa Job, temeroso y sufriendo, por no ser nada delante de Dios y delante de los hombres, pero a pesar de su dolor muestra sabiduría. Sirviendo el vestido de envoltura a la justicia, se la incorpora, mientras en su fuero interno, se identifica con el cargo, con la dignidad de la que está revestido. Sin dudarlo se está en presencia de la investidura y de la conducta suscitada por el hecho de llevar uniforme.

Según Luis Casablanca Migueles, antes y después de la investidura hay “magia”, todos los vestidos están encantados, se continua con las referencias religiosas, pensando en la personalidad de un Papa que desaparece bajo los vestidos sagrados con los que únicamente la máxima autoridad eclesiástica se muestra ante los ojos.

El vestido como símbolo del ser mismo del hombre, es la forma visible de lo que se es interiormente, de nuestra personalidad y forma parte de nuestra proyección. Desde los comienzos, el vestido actúa como elemento comunitario entre sus usuarios. Sin perder por ello su carácter diferenciador y único.

La mujer tomó su fruto y corrió y dio también de él a su marido....

(...) Abriéndose los ojos, y viendo que estaban desnudos, cosieron unas hojas de higuera y se hicieron unos ceñidores.....pero Yavhé Dios al hombre, diciendo ¿Dónde estás? Y este contestó: Te he oído en el jardín, y temeroso porque estaba desnudo, me escondí. ¿Y quién, le dijo, te ha hecho saber que estabas desnudo?

El hombre llamó Eva a su mujer, por ser madre de todos los vivientes. Hizo les Yavhé Dios al hombre y a su mujer túnicas de pieles, y los vistió.” (Génesis 3)

En la cita bíblica, Adán y Eva vivían felices en armonía con el Universo. Pero al producirse la ruptura, Dios los expulsa del Paraíso. Sentían pudor porque estaban desnudos. Aquí se presenta la indumentaria, como sinónimo de algo que sirve para cubrir u ocultar algo deshonesto o pecaminoso, así pues adquiere una función de disfraz, de máscara, algo que sirve como elemento reparador y envolvente.

Señala Bryant Turner en su libro *El cuerpo y la sociedad: exploraciones en teoría social*⁷³ que hay, un hecho evidente y prominente sobre los seres humanos: “tienen cuerpo y son cuerpo”, el cuerpo constituye el entorno del Yo, es inseparable del Yo. Además, esos cuerpos son cuerpos vestidos. El mundo social es un mundo de cuerpos vestidos⁷⁴. El vestir es un hecho básico de la vida social y esto, según los antropólogos, es común a todas las culturas humanas: todas las personas visten el cuerpo, ya sea con prendas, con tatuajes, con adornos, es decir ninguna cultura deja de cubrir su cuerpo, sino que le añade algún elemento diferenciador que lo resalta o lo decora⁷⁵. El significado cultural del vestir comprende todas las situaciones, incluso en las que hay que ir desnudo, hay estrictas reglas y códigos para que los cuerpos puedan aparecer desnudos; aunque parezca obvio, la desnudez no es el hábitat, la desnudez está reservada a la intimidad, a la esfera privada.

En muchas ocasiones se han considerado subversivas, revoltosas y molestas las actitudes provocadas por la desnudez, en este sentido el *streaker* que se quitaba la ropa,

⁷³ Turner, Bryan. *El cuerpo y la sociedad: exploraciones en teoría social*, México, Fondo de Cultura Económica, 1989, pág.1.

⁷⁴ Joanne Entwistle. *El Cuerpo y la Moda una visión sociológica*. Paidós, 2002. Barcelona.

⁷⁵ Casablanca, Luis. *La moda como disciplina artística en España. Jesús del Pozo y la generación de los nuevos creadores*. Universidad de Granada. Pág. 27.

en los setenta, en un estadio de fútbol para llamar la atención de los medios, se salta las convenciones sociales para atraer la atención sobre alguna reivindicación o protesta.

En la cultura naturista, donde las personas están acostumbradas a la desnudez, gozan de muy pocos espacios. Si nos fijamos en las playas naturistas que pueblan nuestras costas, se ve que se anuncian como tal, y aunque la idea del baño desnudo se asocia con algo sano, la mayor parte de las personas que ocupan nuestras playas no son nudistas. El acto de disponer el cuerpo y de vestirlo es un acto de preparación para presentarlo en sociedad, para mostrarnos, vestarnos es una práctica que realizamos diariamente a lo largo de la vida.

Con la ropa aprendemos a vivir en nuestros cuerpos, con la indumentaria llegamos a conocer nuestras formas y aprendemos a sentirnos cómodos. Tal es la fuerza del cuerpo desnudo que, cuando se permite aparecer como tal y en especial en el caso del arte, se suele regir por convenciones sociales. Señala muy bien Ann Hollander⁷⁶:

El arte prueba que la desnudez no es experimentada ni percibida universalmente, en mayor medida que la indumentaria. En cualquier momento, el Yo sin adornos tiene más afinidad con su propio aspecto “vestido” que con cualquier otra entidad humana sin ropa en otros momentos o lugares.

Por otra parte la publicidad fomenta el desnudo, la presencia de anuncios con cuerpos desnudos potencian si cabe más esta imagen. Los cuerpos desnudos son frecuentemente soporte y sostén del producto, y hacen que el espectador lo observe interesado. El cine

⁷⁶ Entwistle, Joanne. *El Cuerpo y la Moda, una visión sociológica*, Barcelona, Editorial Paidós, 2002. Pág 21. Cita a Ann Hollander.

pequeño (publicidad) y el cine buscan seducir a través de la presencia del desnudo. Esto significa que la desnudez aunque sea un estado natural se asocia y se limita a ámbitos muy determinados e íntimos. El ciudadano de a pie habita normalmente en la vestimenta.

Una perspectiva sociológica del vestir requiere apartarse del concepto de prenda como objeto y contemplar el lugar y la forma en la que el vestir encarna una actividad y está integrado en las relaciones sociales. La práctica del vestir es una práctica corporal contextualizada, que comprende la relación dinámica entre el cuerpo, la ropa y la cultura⁷⁷.

⁷⁷ Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*, Paidós Contextos, Barcelona. Pág 12.

1.2. HISTORIA DE LA INDUMENTARIA. DE LA EDAD DE PIEDRA HASTA NUESTROS DÍAS

La indumentaria, hecho relacionado con las distintas necesidades del ser humano, como la protección del cuerpo frente al medio ambiente, así como portadora de valores jerárquicos, políticos, económicos, religiosos, estéticos, etcétera, de las sociedades en las que se produce y desarrolla, es un documento de primer orden para el conocimiento de cada período histórico y un reflejo de las características del tiempo, en cuyo espíritu se halla totalmente identificado. Al respecto de este tema Enrique Loewe dice:

La indumentaria siempre fue un espejo de la sociedad en un momento determinado. Si alguien dentro de doscientos años quisiera analizar la sociedad de este momento, el mejor método sería estudiar la moda, mucho más que mediante monumentos. ¿Cómo era la gente? ¿Cómo se vestía? ¿Cómo se comportaba? ¿Cómo vivía y decoraba su casa? ¿Qué valoraba? ¿Qué era el lujo en ese momento? ¿Qué, la calidad de vida? Toda una temática muy profunda. Lo de menos es un desfile cualquiera en una pasarela cualquiera. La moda es la manifestación externa de un fenómeno interno, mucho más profundo y más interesante, relacionado con el comportamiento y los valores⁷⁸.

El presente capítulo se plantea como una aproximación al devenir de las formas de la indumentaria a través de los siglos. Aspira a ofrecer una visión global de los usos en el vestir de cada período histórico que pueda ser de utilidad para futuros estudios sobre el traje así como para complementar el estudio de otras disciplinas.

⁷⁸ Entrevista realizada a Enrique Loewe en la revista Neo2. Julio 2008.

1.2.1. EDAD DE PIEDRA

La historia del traje comienza mucho antes de que las primeras civilizaciones de Egipto y Mesopotamia hicieran su aparición. En los últimos años, un gran número de descubrimientos y el estudio de las pinturas rupestres han proporcionado documentación mucho más antigua. Los geólogos han dado a conocer la existencia de una serie de glaciaciones en las que el clima de gran parte de Europa fue extremadamente frío. Incluso al final de las culturas paleolíticas (es decir, culturas en las que los instrumentos y las armas se hacían tallando piedras duras como el pedernal⁷⁹) la vida se desarrolla en el límite de los grandes glaciares, que cubrían gran parte de las continentes. En tales circunstancias, aunque los detalles del vestido se hayan podido determinar gracias a las consideraciones sociales y psicológicas, lo que resultaba obvio es que el motivo principal para cubrirse el cuerpo era preservarse del frío, ya que la naturaleza había sido tan tacaña que no había proporcionado al *Homo sapiens* un manto de piel.

Los animales habían sido más afortunados, y el hombre primitivo se dio cuenta de que podía cazarlos y matarlos para conseguir no sólo su carne sino también su piel. En otras palabras, empezó a cubrirse con pieles⁸⁰. Esto acarreaba dos problemas. La piel del animal que le cubría los hombros le estorbaba en algunos movimientos por su dureza y dejaba parte del cuerpo al descubierto, lo cual no permitía sentirse abrigado. Por tanto se hacía necesario darle una forma, incluso careciendo en un principio de medios para ello.

⁷⁹ Variedad de cuarzo, que se compone de sílice con muy pequeñas cantidades de agua y alúmina. Es compacto, de fractura concoidea, translúcida en los bordes, lustrosa como la cera y por lo general de color gris amarillento más o menos oscura. Da chispas herido por el eslabón.

⁸⁰ Laver, James. (2006). *Breve historia del traje y la moda*. Cátedra. Madrid.

El segundo problema radica en las pieles de los animales, al secarse, se endurecen y resultan intratables⁸¹.

Había que encontrar algún método para hacerlas suaves y flexibles. El procedimiento más sencillo era una laboriosa masticación. Las mujeres esquimales, incluso hoy en día, dedican gran parte de su tiempo, en su labor cotidiana, a mascar las pieles que sus maridos traen de la caza⁸². Otro método consistía en humedecer la piel y golpearla con un mazo repetidamente, habiendo eliminado previamente los residuos de tejido que pudieran quedar adheridos a ella. Sin embargo, ninguno de los dos métodos era lo suficientemente satisfactorio, ya que si las pieles se mojaban había que repetir todo el proceso. Cuando se descubrió que al frotar aceite o grasa de ballena en la piel, ésta se mantenía flexible durante más tiempo, hasta que el aceite se secara, se adelantó mucho el terreno.

El siguiente paso fue el descubrimiento de los tintes; y resulta curioso comprobar que las técnicas básicas de este procedimiento, tan rudimentarias desde sus comienzos, siguen vigentes hoy. La corteza de ciertos árboles, sobre todo el roble y del sauce, contiene ácido tánico que se obtiene por un proceso de maceración de la corteza en agua, sumergiendo la piel durante un largo tiempo en esta solución. Las pieles, gracias al baño, se hacen definitivamente flexibles e impermeables. A estas pieles ya tratadas se las podía cortar y dar forma; llegando así a uno de los avances tecnológicos de la humanidad comparable en importancia a la invención de la rueda, al descubrimiento del fuego o la invención de la aguja con ojo. Se han encontrado gran cantidad de estas agujas hechas con marfil de mamut, huesos de reno y colmillo de focas, en las cuevas paleolíticas donde fueron depositadas hace 40.000 años. Algunas son muy pequeñas y

⁸¹ Racinet, Albert. Vestuario, forma y contenido. <http://escenografia.cl/vest.htm>.

⁸² Ibídem.

de exquisita artesanía. Este invento permitió coser unas pieles con otras y hacerlas ajustadas al cuerpo. El resultado fue el mismo traje que actualmente portan los esquimales⁸³.

Mientras tanto, la gente que vivía en climas más templados estaba descubriendo el uso de las fibras animales y vegetales. Es posible que el afieltrado fuera el primer paso. En este procedimiento, desarrollado en Asia Central por los antecesores de los mongoles, se peina la lana o el pelo, luego se humedece y a continuación se coloca en hileras sobre una esterilla, que se enrolla de forma muy tirante; después se golpea con un palo. De este modo, las hebras de pelo de agua se unen y el fieltro resultante es caliente, flexible y duradero; además se puede cortar y coser para hacer trajes, alfombras, mantas y tiendas.

Otro método primitivo, utilizando también fibras vegetales, consistía en aprovechar la corteza de algunos árboles como la morera o la higuera. Se hacían tiras y después se ponían en remojo, y, se colocaban en un piedra lisa, golpeándolas más tarde hasta que se unían. Este tejido hecho con corteza, se trataba con aceite o se pintaba para hacerlo más duradero. Este método era muy similar al utilizado por los antiguos egipcios, para convertir el papiro en material de escritura.

Estas fibras de corteza pueden aprovecharse también para hacer con ellas un tejido propiamente dicho, como lo hicieron los indios americanos; pero el resultado no es tan satisfactorio como el obtenido con otras fibras como el lino, cáñamo o el algodón. Sin embargo, estas fibras tenían que cultivarse y, por lo tanto, apenas las utilizaron los pueblos nómadas en estado de pastoreo. Estas tribus tenían ovejas, y la lana parece haber sido empleada ya en el Neolítico. Exactamente en este período, los hallazgos

⁸³ Ibidem.

arqueológicos de adornos, brazaletes y collares realizados en concha, hueso o piedra, aportan nuevos datos sobre la indumentaria prehistórica. De la Cueva de los Muercíelagos en Albuñol (Granada) proceden algunos fragmentos funerarios de técnica de encaje, aunque de grueso material, siendo quizás más correcto hablar de momentos iniciales de pasamanería⁸⁴.

El Calcolítico, período que se sitúa entre el Neolítico y la Edad de Bronce, es un período de mayor complejidad socioeconómica, en el que aparecen por primera vez muestras de orfebrería. Esto lleva a un cambio en la indumentaria, ya que origina una mayor diferenciación en el atuendo, que precisa de adornos más sofisticados que en momentos anteriores para establecer los distintos rangos de los miembros de la sociedad. La evolución de la tejeduría en este período aparece documentada a través de la aparición de agujas metálicas y de restos de tejidos pertenecientes a la cultura del Argar⁸⁵. Tejer a mayor escala productiva requiere un lugar fijo de vivienda, ya que los telares suelen ser grandes y pesados y, por tanto, resulta difícil transportarlos de un sitio a otro. Las condiciones ideales para su desarrollo se dieron en pequeñas comunidades sedentarias, rodeadas de tierras de pastos para los animales.

El arte es una poderosa herramienta para conocer la indumentaria de la época. Escultura y orfebrería son portadores de abundantes detalles valiosos. A continuación presentamos el Antiguo Oriente.

⁸⁴ González Mena, M.A. *Bordados, pasamanería y encajes. Historia de las artes aplicadas e industriales en España* / coord. por Antonio Bonet Correa. 1982. Págs. 389 y 422.

⁸⁵ La cultura argárica es una manifestación y expresión de los poblados del sudeste de la península ibérica en la Edad del Bronce, que formaron una de las sociedades de mayor relevancia en la Europa del III y II milenios a. C. y de las mejor estudiadas gracias al excelente estado de conservación de los restos arqueológicos. Este complejo cronocultural es considerado indicativo de los procesos de jerarquización sociales que se extendieron por Andalucía oriental y el Levante español. Debe su nombre al yacimiento epónimo de El Argar, en el municipio de Antas, Almería.

1.2.2. ANTIGUO ORIENTE

En el siglo primero de la era común ya se disponía de tejidos de distintos tipos y colores. Los romanos acaudalados importaban sedas de la India o de la China, pese a que el transporte encarecía tanto la tela que se vendía al mismo precio que el oro⁸⁶. Otro género muy apreciado era la lana teñida de Tiro (ciudad situada al sur del Líbano), que podía llegar a costar 2.000 denarios el kilo, lo que equivalía al salario de seis años de un trabajador de término medio.

Gracias a los nuevos tintes y tejidos, las mujeres romanas adineradas podían llevar estolas -túnicas largas y amplias- de algodón azul de la India o seda amarilla de la China. Aunque cada cierto tiempo surgían nuevos estilos, antiguamente era fácil que una prenda costosa estuviera de moda toda una vida. Los cambios se producían con lentitud y, por lo general, afectaban solo a la nobleza.

1.2.2.1. MESOPOTAMIA

Mesopotamia ubicada entre los ríos Éufrates y Tigris, fue junto con Egipto un foco de civilización cuya hegemonía perduró hasta el primer milenio a.C. La vestimenta de Siria y Persia se influyen mutuamente. Como constante de diseño tenemos el rico bordado de los tejidos⁸⁷. En el siglo VI a.C., el pueblo persa se ubicó en la meseta del Irán, se caracterizó por la ferocidad en el combate de su población guerrera por excelencia. Las fuentes para el estudio del traje persa son las ruinas de la antigua ciudad de Persépolis, donde está ubicado el palacio de Ciro *El Grande*. Los antiguos persas rindieron culto religioso a Zoroastro, este culto se basaba en la constante lucha que mantiene el ser humano entre el bien y el mal tomando como

⁸⁶ Información obtenida en el blog de la Historia de la Moda. <http://lahistoriadelamoda.webnode.es/historia/>

⁸⁷ Ibidem

principios fundamentales de la existencia del hombre: la luz (símbolo del bien) y las tinieblas (símbolo del mal). Los motivos ornamentales persas solían ser animales luchando entre sí, pájaros, carneros, torres de asalto y animales fantásticos. Cabe destacar que el bordado persa venía enmarcado en círculos o rectángulos.

1.2.2.2. EGIPTO

En el antiguo Egipto se producía lino transparente, un tejido ideal para los climas cálidos y que gozaba de gran popularidad. Como resultaba difícil teñirlo, solía ser blanco, color que obtenían mediante un proceso de blanqueado. Los egipcios hacían pliegues en la tela para crear prendas con agradables drapeados y formas. Así nació uno de los estilos más duraderos de la historia⁸⁸. Afortunadamente se dispone de mucha información del Antiguo Egipto a través de estatuas y pinturas murales al fresco, las cuáles se han conservado un gran número de ejemplos gracias a su clima extremadamente seco. La información disponible es mucho mayor que en el caso de cualquier otra civilización antigua, y su rasgo más llamativo es su inmovilismo, característica que obedece a una cuestión religiosa⁸⁹, de modo que los cambios apreciables a lo largo de un período de casi 3000 años son mínimos.

En Egipto, las clases bajas vestían de manera simple, con escasas prendas como el *Schent* (pañó de lino o algodón plegado alrededor de la cadera de carácter envolvente), se pueden observar diferencias en cuanto a la tela y el plisado de la misma, en relación a la jerarquía social de quien la usaba.

El traje de la clase alta, del faraón y su corte, se denominó *Kalasyris* (túnica larga, plisada de lino sumamente fino y transparente, ornamentado en el contorno con oro y pedrería como turquesas, lapislázuli, coralina, oro, ébano y carey, a manera de festón).

⁸⁸ Ibidem

⁸⁹ Hermoso Cuesta, Miguel. *Breve historia del arte egipcio*. Trejete editorial. 2008. Pág 17.

El traje se anudaba en el caso femenino bajo el busto, dejando este al descubierto y en el caso masculino desde el torso, se coloca como prenda complementaria masculina una especie de cinturón en forma triangular llamado *Neket* (elaborado en cuero con incrustaciones de piedras preciosas o en lino plisado y almidonado). Como prenda complementaria tenemos la *Esclavina* o *Hosch* (pequeña capa corta en sentido horizontal que se coloca sobre los hombros y el pecho). También usaban el manto, prenda de contorno acampanado, transparente y fijo.

La *Loriga*, era el traje usado únicamente por las mujeres con un diseño tubular, muy ceñido al cuerpo, confeccionado con un tejido de fibras semejante a la malla. A veces, le aplicaban láminas de diseño rectangular en oro como complemento, generalmente era a media pierna o al tobillo. El calzado era unisex, el pueblo normalmente iba descalzo, a veces se usaban sandalias de fibras de papiro, ligeras y sencillas.

Desde el punto de vista del traje, el período más interesante es el de los tres siglos y medio transcurridos entre 1750 y 1400 a.C. Fue en esa época cuando se construyó el palacio de Knossos; y la mayor parte de la información de la que disponemos procede de los hallazgos de las excavaciones. Las fuentes de estudio son los frescos, la cerámica y las esculturas; siendo esta última categoría la de mayor importancia.

En cierto modo es una indumentaria primitiva, tanto para el hombre como para la mujer, ambos utilizaban el cinturón, adornados a veces con placas metálicas, y en otras ocasiones hechos enteramente de metal. La estrechez de sus cinturas hace pensar en la posibilidad de que llevaran estos cinturones desde la infancia⁹⁰.

⁹⁰ Michavila Díaz, Alicia. Historia del vestido. Universidad Jaime I. 2007

Los metales empleados eran: oro, plata y bronce. Mostraron también una extraordinaria pasión por los colores vivos como el rojo, azul, amarillo y púrpura. En cuanto a los tocados y peinados, a causa del calor y como medida de higiene personal, hombres y mujeres se afeitaban la cabeza y eliminaban el vello corporal. La clase alta impuso uso de pelucas de variados cortes y ornamentación. Entre los tocados más representativos de inspiración místico religiosa se encuentran la *Mitra*, de diseño ovoide, adornado en la parte frontal con el aspic de oro o la cabeza de halcón. El bonete, fijo sobre la cabeza y adornado con pedrería. El *Klaft*, tocado más representativo de todos, de uso común, diseñado en base a un cuadrado de tela simple con rayas, que cubre las sienes y cae plegado detrás de las orejas.

Las joyas, tenían una función estética y mítica religiosa (amuletos de protección). Eran una civilización de grandes orfebres muestra de ello, los brazaletes, pectorales, zarcillos, anillos y grandes collares que se conservan actualmente en los diversos museos de cultura egipcia.

1.2.3. EDAD ANTIGUA

1.2.3.1. GRECIA

Cultura antigua que surge al borde del Mediterráneo alrededor del 3500 a.C., tenía como organización política la ciudad-estado (Polis). Las dos ciudades más importantes de Grecia fueron Atenas, cuna de la cultura griega (la literatura, el teatro, la democracia y la filosofía) y Esparta, cuna del militarismo. Los griegos crean el criterio clásico de belleza, que refleja la armonía entre las partes (simetría). Los especialistas reconocen que la antigua imagen clásica había estado siempre muy simplificada, y, de hecho hubiera sido así de no ser por el descubrimiento de la civilización cretense⁹¹.

El *Chitón* era el traje básico unisex, formado por dos paños regulares unidos entre sí, fijos a nivel de los hombros por medio de fíbulas o broches, con una medida de largo al tobillo para los adultos y corto bajo la rodilla o sobre ella, para los jóvenes. Las jóvenes griegas soltaban una de las fíbulas o cruzaban los extremos de la prenda en X entre el busto, dejando éste libre. Cuando la túnica cubría un solo hombro se le denominaba *Exomide*. Como prenda complementaria femenina tenemos el *Peplo*, es un paño rectangular, fijo por medio de fíbulas, colocado sobre el *Chiton*.

Durante algún tiempo se creyó que el traje griego era o blanco o del color natural de la lana o el lino; un error que tenía su origen en el hecho de que las esculturas antiguas descubiertas en el Renacimiento habían perdido su color inicial. La constante de diseño griega es el empleo de bandas con motivos decorativos de origen arquitectónico. Esto se refleja en el traje como ornamentación y en el corte, fundamentalmente rectangular. Los materiales que utilizaban eran la lana artesanal, el lino egipcio y eventualmente seda⁹².

⁹¹ Información obtenida en el Blog. Historia de la moda. <http://lahistoriadelamoda.webnode.es/historia-de-la-moda/grecia>

⁹² *La moda en la Antigua Grecia*. http://maycaculturaclasica.blogspot.com.es/2008_06_01_archive.html

La *Túnica de Herretes* consistía en dos paños rectangulares, unidos entre sí, que se colocaban a lo largo del brazo por una serie de fíbulas o broches. El *Pharos* o *Vestido Jónico* era prenda complementaria femenina que se usa a manera de chal. El *Hepumis* era un peplo largo a mitad del muslo, usado por matronas.

El *Himation* era un manto griego de carácter envolvente con diseño rectangular, colocado sobre el cuerpo o cabeza, para cubrirla y protegerse del frío. Los filósofos griegos usaban el *Himation* como traje básico, ciñéndolo sobre el cuerpo y cubriendo el hombro izquierdo⁹³. Esta prenda refleja el criterio de simplicidad que promueve la cultura griega como símbolo de elegancia. El *Clámide* era un manto corto de diseño rectangular, usado por jinetes o caminantes, la versión femenina era el *Peplos*, y como en el caso de la versión masculina iba encima del *Chiton*. Conforme aumentó el lujo, esta prenda se fue haciendo de tejidos más refinados, incluso de seda, a pesar de las continuas leyes suntuarias que intentaban frenar el lujo de los trajes femeninos⁹⁴. Quizás habría que hacer más énfasis en el hecho de que el lujo no implica moda. La mujer ateniense respetable apenas salía y se sentía poco tentada a competir con otras mujeres por medio de trajes llamativos.

Esto no sucedía en los estilos de peinados donde sí podemos establecer cambios apreciables a lo largo de los siglos tanto en la largura como en los adornos, quedando estipulado cabello largo para hombres y mujeres y corto para niños y más tarde mujeres. Al igual que en el uso y la forma de utilizar las cintas, reservadas para las mujeres de alta clase.

⁹³ La moda. Antigua Grecia. <http://fashionmisteries.blogspot.com.es/2013/04/la-antigua-grecia.html>

⁹⁴ *Ibidem*.

1.2.3.2. ROMA

Roma fue el pueblo que alcanzó el mayor poder en la antigüedad clásica. Hábiles constructores y militares, crearon el ordenamiento jurídico y conformaron el más vasto imperio del mundo antiguo⁹⁵. Su traje civil estaba conformado por dos tipos de prenda. El *Subligaculum* y la *Túnica*. El *Subligaculum* es una túnica de diseño rectangular sujeta a nivel del talle, era confeccionada de lino o lana, a lo largo del tiempo se establece el uso de la túnica interior llamada *Subúcula* y una túnica exterior de mangas de diseño rectangular a nivel del codo. Existió una túnica llamada *Caracalla*, semejante a la anteriormente descrita pero con capuchón incorporado. Bajo las túnicas en forma de pantalón ceñido bajo la rodilla confeccionada en piel de origen bárbaro se usó la *Femoralia*.

En cuanto a los mantos podemos citar los siguientes que aparecen recogidos en el capítulo Roma del blog Historia de la Moda: el *Amictus*, los había de diseño rectangular inspirado en el *Imatión* griego de carácter envolvente. El manto característico del pueblo romano fue la llamada *Toga* (heredada de los etruscos), esta prenda adquirió dimensiones mayores; enrollarla alrededor del cuerpo requería de bastante destreza, y en la práctica hacía imposible cualquier tipo de actividad física. Por tanto era una prenda fundamentalmente de las clases altas: sobre todo de los senadores, quienes la llevaban siempre blanca, las togas variaban mucho respecto a su diseño y color:

Toga Trabée: Manto semejante a la clámide griega.

Toga Patricia Pura o *Viril*: Usada solo por la clase alta (los muchachos patricios), media de 6 a 7 metros de largo y 2,50 de ancho. Reflejaba gran despliegue por la

⁹⁵ Información contenida en el Blog Historia de la Moda. <http://lahistoriadelamoda.webnode.es/historia-de-la-moda/roma>

amplitud de su tamaño. Al llegar a la pubertad el color era cambiado por el blanco, la *Toga Virilis*.

La *Toga de Luto* era de color oscuro; y se llevaba a veces sobre la cabeza, al igual que en ciertas ceremonias religiosas.

Toga Praetexta: Propia de los magistrados, ornamentada con bandas púrpuras rectilíneas en el contorno. *Patagium*: Túnica femenina.

Estola: Toga más pequeña, utilizada por las mujeres, inspirada en los trajes griegos, fijas mediante fibulas o herretes de mangas cortas o largas. Para salir de casa las romanas usaban, encima de la estola, un gran manto enrollado, bastante parecido a la toga pero de forma rectangular. En público solían cubrirse la cabeza con un velo.

Los peinados se fueron complicando con el paso del tiempo. El cabello rubio estaba de moda, las mujeres morenas se aclaraban el pelo. Era frecuente utilizar pelucas postizas. Los peinados constituyen un testimonio de cambios de moda tan rápidos, que algunas patricias hacían esculpir sus cabezas en dos piezas; de modo que la parte superior, que correspondía al cabello pudiera sustituirse, si así se quería por otra pieza con un peinado más a la moda.

Todo esto formaba parte de un lujo creciente, que escritores satíricos como Juvenal⁹⁶ interpretaban como síntoma de decadencia del imperio. Las joyas de todo tipo, tuvieron un uso cada vez mayor. Las sencillas diademas dejaron paso a tiaras de plata con incrustaciones de piedras preciosas y camafeos. Esta ornamentación se extendió incluso

⁹⁶ Poeta latino, activo a finales del siglo I y comienzos del siglo II, autor de dieciséis *Sátiras*. Los detalles de la vida del autor son confusos, aunque referencias dentro de su texto a personas conocidas a finales del siglo I y principios del II fijan su terminus post quem (fecha de composición más temprana).

al calzado, a pesar de que éste, en principio, había sido de extrema sencillez. Los esclavos tenían prohibido su uso.

La expansión del Imperio influiría en la evolución de nuevas y diferentes prendas; un cambio resumido con claridad por Carolyn G. Bradley⁹⁷: *La sencillez del antiguo traje romano se sustituyó por el colorido alegre, de franjas, borlas y joyas del Este*. La función del traje en esa época era de esconder y oscurecer el cuerpo. Los tejidos eran ricos y de materiales variados. La lana cedió ante el algodón y los linos finos, procedentes de Egipto y la seda de China. Ésta última era transportada por caravanas, atravesando toda Asia, lo que hacía que el negocio fuera largo y muy costoso.

El aspecto más llamativo de la Nueva Roma, en contraposición con la Antigua era su colorido. El color púrpura era el único reservado a la pareja imperial, pero todos los demás se utilizaban para los trajes de los ricos. Los adornos eran florales acompañando a las escenas bíblicas.

A partir de la época imperial, por el alto nivel de vida logrado por los ciudadanos romanos, se sofisticó, a nivel de accesorios, la indumentaria, tanto femenina como masculina. El diseño es mítico religioso, así como de fetiches. Como materiales de joyería tenemos el oro, la plata, el carey, el jade, piedras preciosas, piedras semi-preciosas (granate), conchas de nácar, pasta vítrea, cobre, bronce y hierro. Son los creadores del anillo-sello⁹⁸. Las joyas máspreciadas eran las perlas. Símbolos usados en joyería: Cupido, aves, escenas mitológicas. Los niños romanos usaban al cuello un dije en forma de concha marina, la cual abandonaban en el momento de vestir la *Toga Patricia* o *Viril*, símbolo de la edad adulta.

⁹⁷ A HISTORY OF WORLD COSTUME HARDCOVER .1964

⁹⁸ Información contenida en el Blog Historia de la Moda. <http://lahistoriadelamoda.webnode.es/historia-de-la-moda/roma>

1.2.4. EUROPA MEDIEVAL. SIGLOS: XI, XII, XIII, XIV & XV

El Imperio Romano estuvo, a lo largo de su historia, rodeado de pueblos bárbaros que vivían en las fronteras de sus dominios, cuyas incursiones fueron, a veces, realmente peligrosas. Los Teutones, los Ostrogodos, los Visigodos, los Longobardos o Lombardos y los Hunos siempre eran una constante amenaza para el Imperio.

En Francia, los Galos habían tomado de los Romanos, además de sus trajes y sus costumbres, su lengua, el latín. Al igual que los Bretones se habían romanizado por completo. Pero los Francos (es decir, los Teutones) procedentes del otro lado del Rhin, invadieron la Galia con éxito, y hacia el siglo V la dinastía franca de los Merovingios se había establecido definitivamente en gran parte del país⁹⁹. Ahora controlaban el país, hay mucha información de este período porque los franco invasores, tenían costumbre de enterrar a sus muertos, en vez de quemar sus cuerpos como habían hecho los Romanos y los Galos. Los reyes, así como las personas distinguidas, se enterraban con los trajes, armas y adornos que habían usado en vida. Sabemos poco sobre el traje femenino de este período, ya que se han conservado pocas tumbas de mujeres. Se puede decir, gracias a otras fuentes que llevaban una especie de túnica larga, la estola.

Un descubrimiento bastante reciente de la Iglesia de Saint Denis, cerca de París, ha aportado, afortunadamente, información más exacta. Unos fragmentos de tejido de la tumba de la reina merovingia Arnegonde (550-570 d.C.), demuestran que ella fue enterrada con una camisa de fino lino y un vestido de seda violeta. Sobre ambas prendas llevaba una túnica de seda roja, abierta por delante, con mangas largas y anchas¹⁰⁰. Iba calzada, con zapatos cerrados de cuero negro, atados con unos cordones largos y cruzados. Los sombreros no eran habituales en el atuendo masculino ni en el femenino.

⁹⁹ Ibidem

¹⁰⁰ Michavila Díaz, Alicia. Historia del vestido. Universidad Jaime I. 2007

Tanto unos como otros llevaban el pelo largo; y las mujeres casadas, recogido con un moño.

Cuando los Carolingios (752-987 d. J.C) sucedieron a los Merovingios, el ambiente en Francia y en Europa Occidental era en general más tranquilo, y el lujo aumentó. Carlomagno se convirtió en el gobernante de los francos y en el año 800 d.J.C. fue coronado Emperador de Roma.

En Inglaterra, Offa -rey de Mercia, coetáneo de Carlomagno- y sus sucesores debieron de llevar prendas bastante sencillas. Gracias a un libro miniado conservado en la Biblioteca del *Corpus Christi College*, en Cambridge, sabemos que el rey Athelstan llevaba una túnica corta amarilla con una estrecha cenefa dorada al borde, un manto azul y medias rojas¹⁰¹.

Se cuenta con bastante información sobre el traje de las mujeres anglosajonas, también procedentes de libros miniados. Las prendas principales eran la camisa interior, *Amock*, encima de una túnica, *Kirtle* que se ponía por la cabeza, y otra túnica, exterior, *Roc*, que también se metía por la cabeza.

Los especialistas siempre han sido conscientes de la influencia que ejercieron las Cruzadas sobre el traje en la Europa Occidental. Es cierto que ya en el siglo XI hubo contactos con el mundo islámico a través de Sicilia y España, y que los tejidos de Oriente habían llegado hasta Occidente, pero sólo en pequeñas cantidades y fuera del alcance de las gentes en general. Cuando los Normandos conquistaron Sicilia en 1060 se encontraron con una civilización muy superior a la suya en conocimientos y artesanía, de un lujo desconocido hasta entonces para ellos. Muchos de los artesanos pasaron a las órdenes de nuevos reyes, quienes los emplearon con entusiasmo para la

¹⁰¹ Información obtenido en el blo de Moda: <http://lahistoriadelamoda.webnode.es/historia-de-la-moda>

fabricación de tejidos así como para el trabajo de orfebrería. Este patrocinio continuó cuando Federico de Hohenstaufen, coronado Emperador del Sacro Imperio Romano Germánico en 1220, estableció su corte en Palermo. Bajo su tolerante mandato florecieron las artes y su gusto e indumentaria estaban más próximos a los de un sultán oriental que a los de un rey cristiano.

En España la progresiva reconquista de las tierras ocupadas por los árabes trajo consigo la captura de un botín: joyas y tejidos refinados, muchos más lujosos que los productos contemporáneos de la Europa cristiana. Luego llegaron las Cruzadas y con ellas la reapertura del comercio con el Oriente Próximo. Pero los cruzados que volvieron trajeron consigo, además de las telas orientales, prendas de allí, así como el aprendizaje de su hechura. Durante esta época tenemos que considerar que una de las más valiosas fuentes de información fueron las esculturas realizadas en las catedrales, que se empezaron a construir en Francia y Alemania¹⁰².

En el siglo XII, se produjeron pocos cambios de importancia, salvo que la túnica se hizo más ajustada y las mangas se ensancharon bruscamente a la altura de la muñeca. La capucha se convirtió en una prenda independiente. En el traje femenino un estilo nuevo en torno a 1130, por lo menos en las clases altas, en que el cuerpo de las túnicas se ajustó hasta las caderas, y la falda -en un corte diferente- caía hasta los pies. El peinado tiene escasas variantes con el siglo anterior, llevando los villanos el pelo corto. El sombrero, en forma de mordete, se modifica de acuerdo con la categoría social¹⁰³.

Los zapatos de cordobán y borceguíes (son botas utilizadas por los militares que han sido especialmente diseñadas para ser utilizadas por los soldados durante acciones de combate o entrenamiento militar).

¹⁰² Michavila Díaz, Alicia. Historia del vestido. Universidad Jaime I. 2007

¹⁰³ Ibidem

En las mujeres se utilizan las túnicas de telas finas, acanaladas o rizadas con mangas estrechas que se abren en el remate del brazo hasta llegar hasta el suelo. La sobre-túnica combinada con un manto acordonado de un hombro al otro y algunas veces eran los velos con los que se cubrían sus cabezas.

En el siglo XIII, los hombres llevaban vestidos lisos y de proporciones regulares. Se usaban las túnicas cortas o sayales ceñido con mangas ajustadas. Aparece el *Brial* (antiguo faldón de tela hasta las rodillas que usaban los soldados) sujeto con pasadores. Los *Capillos* siguen estando presentes en las sobre-túnicas. Las *Calzas* enlazan con las bragas a medio muslo a través de rayados de colores intensos. Los cabellos se peinan retorcidos sobre las orejas, levantados en copete y aparecen los rizos sobre la frente.

Las mujeres visten larga túnica y trajes de cola larga, que era sostenida por un ceñidor. Utilizan también el *Brial*, con sisas laterales y traseras sujeto por pasadores. Se estilan las mangas cortas, anchas hasta el codo, que se van estrechando hasta la muñeca. En la cabeza aparecen los casquetes o cofias en tela con ligaduras bordadas en colores. El peinado se muestra abollado en bucles laterales y sujeto por redecillas.

La indumentaria de los hombres y mujeres de la segunda mitad del siglo XIV, adquieren nuevas formas, surgiendo lo que podemos calificar ya como “moda”. El vestido se simplifica, ajusta al cuerpo y adquiere mayor sutileza y proporción.

En antiguo *Gipon*, que empezaba a llamarse *Jubón* o *Doublet*, estaba almohadillado por delante para ensanchar el tórax y se llevaba mucho más corto; tan corto que los moralistas de la época lo denunciaron como algo indecente. Se llevaba muy justo, con botones que bajaban por todo el delantero, y con un cinturón a la altura de las caderas. Una prenda característica desde 1380 a 1450 fue la *Hopaland*, conocida más adelante

como *Gown*, su longitud era variable. Se ajustaba a la forma de los hombros y luego caía suelta, ciñéndose con un cinturón a la cintura. Su cuello era alto y subido.

En las mujeres, análogas piezas que en el traje masculino, pero menos extravagantes en sus formas. La prenda más importante de su vestuario era la túnica. Estaba de moda llevar el surcote abierto, una curiosa prenda con grandes aperturas a los lados. La parte delantera formaba una especie de pechera almidonada conocida con el nombre de *Plackard*. El efecto era como el de un fuerte encorsetado, una de las armas más potentes a lo largo de los siglos, que ahora por primera vez empezaba a ser explotada. Otra innovación, de un atractivo erótico mayor fue el *Décolletage*, el escote: suprimir la parte superior de los trajes para mostrar parte del pecho.

Esta evolución puede observarse en esculturas funerarias y sobre todo, en las placas conmemorativas conocidas con el nombre de *Brass* (planchas sepulcrales de latón). Un *Brass* era una plancha de latón cortada con la forma de una figura humana, grabada con los detalles del traje del difunto, y colocada en el suelo de una iglesia. Curiosamente estas placas conmemorativas se encuentran sólo en Inglaterra y en algunos lugares de Flandes. Constituyen una fuente de información de lo más valioso, ya que resulta fácil sacar modelos de ellas, y pueden considerarse casi como las primeras láminas de moda, de finales de Edad Media. Además tienen la ventaja de estar fechadas.

En el siglo XV, la vestimenta de los hombres pierde prestancia y acentúa su parquedad o exagera su afectación. Continúa usándose el *Jubón*, aunque más pequeño y con corpiño. Las mangas, aparecen abultadas cerca del hombro y calzas se ajustan, se prolongan hasta la cintura. *Goneles*, *Sayos*, *Hopalandas* y *Dalmáticas*, *Tabardos* ,

Zamarras y *Balandranes* comienzan a formar parte de los complementos de la indumentaria¹⁰⁴.

Las mujeres usan trajes de embudo con larga cola, talle alto bajo los senos y mangas largas y ajustadas, acuchilladas o rasgadas por la parte superior. Hacia finales del periodo se exageran con postizos las caderas apuntando los *Miriñaques* (prenda interior femenina de tela rígida o muy almidonada armada con aros, que daba vuelo a las faldas). Los cinturones son anchos, los *Jubones* escotados y amplias *Hopalandas* de cuello cerrado. Los tocados algo extravagantes en forma de corazón, mariposa, etc. El cabello partido en raya y recogido sobre la nuca. Escofiones rellenos de diversas formas, bifurcados en dos o tres partes.

Se usan cada vez más sombreros. El cabello de nuevo se alarga y se estilan las melenas y los flequillos. Birretes con joyas y plumas. *Bonetes*, *Chapeles* y *Cramañolas*. El calzado de punta algo afilada más conocido como *zapatos a la cracoviana* o *a la polonesa*; términos derivados de Cracovia y Polonia, respectivamente. Polonia era entonces parte del reino de Bohemia y los nombres se explican por el hecho de que, al casarse Ricardo III con Ana de Bohemia, los caballeros de su séquito, que fueron a la corte de Inglaterra, llevaban zapatos con las puntas extremadamente largas.

Las modas y las formas artísticas del gótico norte, por lo general, nunca habían sido totalmente aceptadas en Italia; y hacia mediados del siglo XV las modas italianas ya mostraban considerables diferencias en relación con las del resto de modas de Europa medieval.

¹⁰⁴ Historia de la Moda. <http://quierounnombre.wordpress.com/historia-de-la-moda/>

1.2.5. RENACIMIENTO EN EUROPA S. XV & XVI

La invasión de Italia realizada por el monarca galo Carlos VIII en 1494, introdujo, indudablemente, las modas francesas en este país; pero en general la influencia fue a la inversa. El Renacimiento se difundió al otro lado de los Alpes; de modo que si Carlos VIII era todavía un rey medieval, Francisco I fue ya un monarca renacentista. También lo era Enrique VIII de Inglaterra, ya que el traje medieval había sufrido muchas modificaciones. La línea dominante ahora, en vez de vertical, era horizontal¹⁰⁵. Los zapatos dejaron de ser puntiagudos para hacerse achatados, como si constituyeran un eco del nuevo estilo de arquitectura, con sus arcos aplanados. Los tocados de las damas ya no eran réplicas de los pináculos góticos y empezaban a parecerse a las ventanas de estilo Tudor¹⁰⁶. Y con el advenimiento del nuevo siglo un curioso germanismo comenzó a influir en los trajes de quienes seguían las corrientes de moda tanto en Francia como en Inglaterra.

Se ha escrito mucho acerca de este extraño fenómeno, pero los cronistas contemporáneos son casi unánimes al adscribirlo a la victoria suiza sobre Carlos *el Calvo*, duque de Borgoña, en la batalla de Grandson (1476). Los vencedores hicieron un saqueo de seda y otros tejidos caros en grandes cantidades; y utilizaron este botín, rasgando las telas, para remendar sus propios trajes desgastados, sus andrajos. Los mercenarios germanos copiaron a las tropas suizas; y de allí se extendió esta moda a la corte francesa, donde probablemente fue introducida por la familia Guise¹⁰⁷, que era

¹⁰⁵ Historia de la Moda. Renacimiento. grupogloriavictis.wordpress.com/category/renacimiento/

¹⁰⁶ El estilo Tudor en arquitectura constituye el desarrollo final de la arquitectura medieval durante el Período Tudor (1485-1603) y más allá, para los patrones conservadores. Siguió al estilo perpendicular, y fue reemplazado por la arquitectura isabelina en los edificios con alguna pretensión de “*estar a la moda*”.

¹⁰⁷ La familia Guisa eran un poderoso ducado católico francés con mucha influencia durante todo el siglo XVI. Así están implicados en la formación de la Liga Católica (conocido como *el santo de la liga*) y tuvo participación directa en las diversas guerras de religión en Francia, sobre todo en la influencia del rey Carlos IX de Francia y Catalina de Médicis en la masacre de San Bartolomé la noche. La Casa de Guise fue fundada como una rama colateral de la casa de Lorena por Claude de Lorraine I (1496-1550).

medio alemana. El matrimonio de la hermana de Enrique VII, María, con Luis XII de Francia, hizo que los ingleses adoptaran también esta moda de los Lansquenets¹⁰⁸.

Las cuchilladas, es decir las rasgaduras en la tela de las prendas, a través de las cuales se sacaba el forro, se convirtieron en una práctica habitual a principios del siglo XVI. En Alemania alcanzó auténticos grados de extravagancia. Éstas se extendieron también al traje femenino; aunque nunca adquirieron tanto desarrollo como en el masculino. Esta moda extravagante era más apropiada para los calzones que para las faldas, que tenían una gran cantidad de tejido¹⁰⁹. Realmente la indumentaria de la mujer en esa época fue mucho más sencilla que la del hombre.

Empezaron a utilizarse mucho las pieles, las favoritas eran: el lince, el lobo y la marta cebellina. A principios de siglo los hombres también llevaban escote, dejando la vista el borde de la camisa que se fruncía por medio de una cinta ensartada en su interior. Este fruncido suponía el comienzo de lo que sería la *Gorguera* de la segunda mitad del siglo.

En el siglo XVI fueron realizados algunos de los mejores retratos de todos los tiempos. Basta mencionar nombres de Holbein, Bronzino o Tiziano. En general estos artistas retrataban a personajes importantes en sus mejores galas; por lo que para hacernos una idea del aspecto externo de los menos pudientes debemos volver la vista hacia los Kleinmeister, pequeños maestros alemanes, como Aldegrever, los hermanos Beham, Jost Amman y Vitgil Solis. Los Beham muestran a los campesinos, los Aldegrever a los patricios, mientras que Jost Amman nos sumerge directamente en la vida cotidiana

¹⁰⁸ Soldados de infantería alemanes que pelearon también en el ejército español en tiempos de la Casa de Austria e introdujeron la moda de las “cuchilladas”.

¹⁰⁹ Michavila Díaz, Alicia. Historia del vestido. Universidad Jaime I. 2007

de las clases medias. Las prendas que pueden apreciarse en sus cuadros no exhibían ninguna extravagancia.

Aparece el *Schaube*, forrado generalmente en piel, y, se convierte en la prenda típica de los humanistas; Lutero la utiliza, definiendo así el traje de los clérigos luteranos hasta nuestros días. Durante la primera mitad del siglo, los trajes de las clases altas solían ser coloridos, vivos. El panorama fue cambiando a mediados de siglo. Las modas españolas de prendas ceñidas y colores oscuros, preferiblemente el negro, desplazaron a las de dominio alemán, que se había caracterizado por sus colores vivos y sus formas fantasiosas¹¹⁰. Esto se debió en gran parte al gusto personal del emperador Carlos V, conocido por la sobriedad de su indumentaria; y por otro lado, al creciente poder de la monarquía española. Cuando en 1556, Felipe II sucedió a Carlos V como rey de España, la corte española se convirtió en un modelo admirado por toda Europa. Incluso el rey francés Enrique II siguió la moda española., vistiendo casi siempre de negro.

En Inglaterra la tendencia a usar colores oscuros puede apreciarse ya en los últimos años del reinado de Enrique VIII. El efecto de todo esto, fue rigidez, reflejo de la ceremoniosa y arrogante etiqueta de la corte española. Ya se habían perdido las líneas sencillas y sueltas del traje principios de siglo, en que la ropa parecía expresar la propia personalidad del hombre, incluso su propia fantasía. En cambio, ahora los hombres parecían indicar su pertenencia a una casa aristocrática. Se mantenían erguidos dentro de sus acolchadas y rígidas prendas que constituían una verdadera *Cuirasse* (armadura).

Los historiadores del Arte han observado que en los retratos de Corte de toda Europa se representa al personaje de pie, con una pierna adelantada en actitud de arrogante

¹¹⁰ *Ibidem*.

abandono, hierático y rígido, efecto que quedaba intensificado con el aumento de la *Gorguera*.

La *Gorguera* constituye un ejemplo del componente “jerárquico” en el vestido. Las mujeres también la usaban, aunque en la indumentaria femenina existe otro componente a considerar: el principio de seducción¹¹¹. Este consiste en un intento de explotar los encantos femeninos a través de la ropa, como por ejemplo por medio del escote. Las mujeres deseaban ponerse *Gorguera* para poder revelar su estatus social, pero también querían resultar atractivas como mujeres; y consiguieron ambos propósitos con el *Compromiso Isabelino* que consistió en abrir la *Gorguera* por la parte de delante para mostrar el escote, elevándola por detrás de la cabeza, en unas alas de gasa.

La reina Isabel puso de moda el tinte de pelo rojo y muchas mujeres, al igual que ella, utilizaron cabellos postizos y al llegar a la vejez la reina tuvo que recurrir a la peluca. La rigidez que caracterizó a las ropas de los hombres en la segunda mitad del siglo XVI, fue mucho más pronunciada en las de las mujeres.

Como calzado usaban zapatos mucho más redondeados, y a medida que terminaba el siglo empezaron a tener tacones. Eran de piel, de seda, terciopelo o de tejidos sencillos y las suelas podían ser de piel o corcho. Las botas que hasta entonces se habían utilizado solamente para montar, empiezan a formar parte de la indumentaria. El modelo de bota era pegada hasta el muslo, dando a veces la vuelta a la parte superior¹¹². Otros tipos de botas solamente fueron posibles gracias a los adelantos conseguidos en el tratamiento de la piel en Córdoba. De hecho la palabra inglesa *Cordwainer* alude a un hombre que ha aprendido su oficio en esta ciudad.

¹¹¹ http://grupogloriavictis.blogspot.com.es/2011_01_01_archive.html

¹¹² Pequeña historia del zapato. <http://academiadenocturnos.mforos.com/1648813/9172677-pequena-historia-del-calzado/>

España también fue responsable de los refinados guantes de piel tan apreciados por los isabelinos. A finales del siglo XVI la ropa y accesorios de las clases altas en Europa habían adquirido realmente un grado de refinamiento y elegancia sorprendentes.

1.2.6. EL BARROCO: SIGLO XVII Y XVIII

Se ha podido ver que durante la segunda mitad del siglo XVI, España marcó la pauta dominante de la moda¹¹³. Esta influencia persistió hasta entrado el siglo XVII, aunque con ciertas modificaciones que consistieron sobre todo en el abandono de ciertos elementos del *Jubón* como: el relleno, el armazón de ballenas, la bragueta y las mangas ensanchadas. Además, las *Gorgueras* se hicieron cada vez más pequeñas en Francia e Inglaterra, mientras que en los Países Bajos continuaron aumentando de tamaño. En Francia, Enrique IV, a diferencia de Enrique III, era un hombre de gustos sencillos. Nada remilgado, era conocido como *Le vert galant* por sus amoríos; pero no era aficionado a la extravagancia del vestir y dictó varias leyes suntuarias con las que pretendía, sobre todo, impedir la importación de tejidos caros de producción extranjera. Esto tuvo su máxima repercusión en la vestimenta de la burguesía, cuyos miembros empezaron a usar prendas de lana. Los cortesanos siguieron utilizando la seda, pero con menos adornos de hilo de oro y plata.

La indumentaria femenina, aunque seguía siendo complicada era más natural. El cuerpo no estaba tan deformado como lo estuvo con el *Corsé* y con el *Verdugado* aprisionador del siglo anterior. Afortunadamente tenemos un valioso documento de esta época en los grabados de Abraham Bosse¹¹⁴.

¹¹³ Mendoza Urgal, María del Mar. Tesis doctoral: El vestido femenino y su identidad. El vestido en el Arte de principios del siglo XX Y XXI. Universidad Complutense de Madrid. 2010.

¹¹⁴ Ibidem.



Figura 1. *Les metiers*, 1635. Figura 2. *Retorno del hijo pródigo* de 1635. Abraham Bosse.

Los especialistas coinciden en que estos grabados, a pesar de su poca creatividad, dan una imagen fiel y exacta de las costumbres de la época. A través de ellos y de los aguafuertes de Jacques Callot, podemos hacernos una idea muy clara del traje, que en Francia se asocia a *Los tres mosqueteros*¹¹⁵ y que en Inglaterra fue la indumentaria de los *Cavaliers*. En torno a este tipo de indumentaria existía un componente de pavoneo militar, con los *Calzones*, el *Jubón*, la capa corta de hombro, el sombrero de ala ancha. Cuando se ponían los zapatos los adornaban con enormes rosetones, hechos a base de lazos, encaje y lentejuelas.

El traje femenino estaba formado por el “cuerpo”, las enaguas y el vestido. El “cuerpo” a veces tenía un escote extravagante y una decoración de encaje y cintas de seda por

¹¹⁵ *Los tres mosqueteros* (en francés: *Les trois mousquetaires*) es una novela del escritor Alexandre Dumas, publicada inicialmente en folletines por el periódico *Le Siècle*, entre marzo y julio de 1844. En ese mismo año fue publicada como volumen por la editorial Baudry y reeditada en 1846 por J. B. Fellens y L. P. Dufour con ilustraciones de Vivant Beaucé.

delante. El pelo se llevaba, por lo general, bastante liso en la parte alta de la cabeza, pero ensortijado en los lados con gruesos rizos¹¹⁶.

Hasta ahora, en realidad, se ha estado describiendo las modas francesas; que se imitaron en Inglaterra como hemos observado con los *Cavaliers*. Por otro lado los puritanos tendían a seguir sus propias modas de Holanda, mostrando influencia española en la ceremonia y sobriedad de sus trajes, vestimenta totalmente apropiada a su propio sello de austero protestantismo.

Los grabados de Wenzel Hollar proporcionan una visión encantadora de las modas inglesas de mediados de siglo. Pero la moda extraña y según los moralistas, impúdica había aparecido con el uso de los lunares en la cara. El escritor satírico John Bulwer en su obra *Artificial Changeling*, publicada en 1653, ridiculiza:

La vanidosa costumbre de las damas de adornar sus caras con la afectación de un lunar, para resaltar su belleza como Venus lo hiciera; y por si no bastara un lunar para que sus caras llamen la atención, al final se cubren totalmente el semblante que adoptan todo tipo de formas.

La Restauración de Carlos II en 1660 trajo consigo el triunfo de las modas francesas, aunque continuaron existiendo diferencias significativas entre las prendas usadas en Francia e Inglaterra. Las modas que introdujo eran las más extrañas que jamás se hayan usado, los historiadores posteriores las han observado con reticencia:

¹¹⁶ Información obtenida del artículo de Raquel Saéz: Barroco y Rococó. prezi.com/1xzh2_yg-xru/barroco-y-rococo/

*El gusto y la elegancia se habían abandonado a favor de las extravagancias y la locura; y el traje masculino, que en tiempos de Carlos I había alcanzado el punto culminante de esplendor pintoresco, degeneró y decayó a partir de este momento*¹¹⁷.

Las líneas esenciales de la indumentaria del siglo XVIII subyacían en los últimos veinte años del siglo XVII. El enorme prestigio de la Corte de Versalles produjo en toda Europa una predisposición a aceptar el dominio de Francia tanto en materia de moda como de otra índole. De ahí que los trajes de moda se considerasen, al menos entre las clases altas, como trajes franceses. Versalles, sin embargo, había dejado de ser la corte de un joven monarca ávido de placer para convertirse en una vieja monarquía.

En cuanto a los tejidos usados, éstos seguían siendo bastante ricos; pero las líneas sueltas y sencillas de los primeros trajes habían dado paso a un nuevo ideal de decoro y tenue. El efecto general era la rigidez, dignidad y seriedad.

Los últimos años del reinado de Luis XIV estuvieron marcados por un aumento, si es que esto era posible, de la rigidez y ceremonia anteriores; pero su muerte, acaecida en 1715, abrió una nueva era. Como si se tratase de una reacción contra todo lo que el *Roi Soleil*¹¹⁸ había representado, los trajes de las damas se hicieron más sueltos y de líneas más vaporosas.

¹¹⁷ William Fairholt, Frederick. *Costume in England. A History of Dress to the End of the Eighteenth Century*. London.1885.

¹¹⁸ Uno de los más destacados reyes de la historia francesa, consiguió crear un régimen absolutista y centralizado, hasta el punto que su reinado es considerado el prototipo de la monarquía absoluta en Europa. La frase *L'État, c'est moi* (*El Estado soy yo*) se le atribuye frecuentemente, aunque está considerada por los historiadores como una imprecisión histórica, ya que es más probable que dicha frase fuera forjada por sus enemigos políticos para resaltar la visión estereotipada del absolutismo político que Luis representaba, probablemente surgiendo la cita "El bien del Estado constituye la Gloria del Rey", sacadas de sus *Réflexions sur le métier de Roi* (1679). En contraposición a esa cita apócrifa, Luis XIV dijo antes de morir: *Je m'en vais, mais l'État demeurera toujours* (*Me marchó, pero el Estado siempre permanecerá*).

Un rasgo curioso de la indumentaria en este período es la vuelta del *Miriñaque*. En vez de altura, las mujeres parecen preferir la anchura y la falda se extiende hacia los lados, a veces hasta quince pies mediante el uso de las ballenas o de varillas de mimbre. De ahí la palabra *Panier*, que en francés significa “cesta”, la cual, en cierto modo, se asemeja a la estructura interior de la falda. La extraordinaria anchura de las faldas femeninas en este período provocó algunos inconvenientes: resultaba imposible que dos damas pasasen a la vez por una puerta o que se sentasen juntas en el mismo carruaje. Esta moda influyó incluso en la arquitectura, como por ejemplo en los balaustres del siglo XVIII. Los especialistas modernos sugieren hacer una división general entre vestidos abiertos y cerrados. Los abiertos, era el más característico tenían una abertura en la parte delantera de la falda en forma de V. El cerrado consistía en un cuerpo y unas enaguas sin ninguna abertura en el delantero de la falda.

Hasta muy avanzada la segunda mitad del siglo XVIII no hubo ningún cambio esencial en la moda masculina en relación con lo ya establecido a mediados del reinado de Luis XIV. El traje seguía estando compuesto por *Casaca*, *Chaleco* y *Calzones*. Hacia 1760 y en años sucesivos se empezaron a notar las primeras tentativas de un nuevo estilo. Básicamente el cambio consistió en una decadencia progresiva del estilo de Corte, francés, y en una creciente influencia y consiguiente adopción, de los trajes de campo ingleses. Era, en suma, una tendencia hacia lo práctico, hacia la simplicidad.

Los *Macaronis*¹¹⁹ de la década de los 70 constituyeron, sin embargo una reacción contra esta evolución¹²⁰. En este período, se aprecia claramente el cambio en la línea del

¹¹⁹ Macaroni, en la Inglaterra de mediados del siglo XVIII, designaba al hombre obsesionado con la moda que vestía y hablaba de un modo amanerado. El término se utilizaba de forma peyorativa contra las personas que excedían los límites convencionales en su vestimenta, hábitos culinarios y afición por las apuestas. Igual que el que emplea un lenguaje macarrónico, el macaroni mezclaba su pose importada de la Europa continental con su naturaleza inglesa, lo que hacía de él un objeto propicio para la sátira.

¹²⁰ Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*, Paidós Contextos. Barcelona.

vestido femenino, que se podría resumir en una transición de los aros a una especie de polisón.

Se hace posible una considerable variación en el atuendo femenino, como se mostraban en la revista *Galerie de Modes*, pionera en el campo de las ilustraciones de moda. De hecho las láminas de moda nacieron en este período y tuvieron como consecuencia la rápida difusión de la moda.

Como Vuvyan Holland ha señalado en *Hand- Coloured Fashion Plates*, es importante distinguir entre “láminas de moda” y “láminas de trajes” ya que las últimas tratan de mostrar la indumentaria “a posteriori”, en retrospectiva, tal como fueron, como hizo por ejemplo Wenceslao Hollar en su *Ornatus Muliebris Anglicanus* publicado en 1640, o como Jean Dieu de Saint-Jean, hizo en Francia en sus admirables grabados sobre el traje femenino y masculino en la corte de Luis XIV.

Resulta curioso que las primeras auténticas “láminas de moda” no fueran francesas sino inglesas. Los ingleses publicaron la revista *The lady`s Magazine* a partir de 1770. Y de repente se empezaron a publicar láminas parecidas en toda Europa¹²¹.

Acostumbrados como estamos hoy en día a las ilustraciones de moda, es difícil darse cuenta de que, antes de la invención de este tipo de láminas, la información concerniente a las últimas tendencias era difícil de obtener, que al modisto de María Antonieta le merecía la pena viajar cada año a través del continente en una enorme *berline* llena de muñecas con las últimas *modes* de París. Sería instructivo comparar dos series de láminas de este tipo como son *Galerie de Modes* y *Gallery Of Fashion de*

¹²¹ sites.google.com/site/arteprocomun/tipos-y-modas-de-madrid-en-1801-la-coleccion-de-trajes-de-antonio-rodriguez

Heideloff (se puede hacer esto en la biblioteca pública de Victoria and Albert Museum en Londres).

Algunas de estas revistas eran sólo compendios de ilustraciones de trajes con someros comentarios, junto a otras que incluían mucha información. Las primeras revistas españolas se publican en Madrid: *El Correo de las Damas* (1833), *El Semanario Pintoresco Español* (1836), o *la Mariposa* (1839)¹²².

Como todos los grandes trastornos sociales, la Revolución Francesa tuvo una gran repercusión en la indumentaria tanto masculina como femenina. El vestido del Antiguo Régimen fue totalmente abolido. De repente ya no hubo abrigos bordados ni vestidos brocados, ni más pelucas, ni más pelos empolvados, ni tocados elaborados, ni más *Talons rouges* (tacones rojos). El retorno de la naturaleza fue la consigna, la búsqueda de la simplicidad supuso el abandono de los trajes de “Corte” franceses a favor de los “trajes ingleses del campo”. Inglaterra era contemplada como la tierra de las libertades.

El resultado fue una oleada de anglomanía que encontró su mejor momento de expresión cuando fueron abolidos todos los privilegios de la aristocracia francesa. Después de la ejecución de Robespierre de nuevo se empezó a vestir según los gustos. Se prescindió de los *Miriñaques*, *Corsés*, así como de los ricos tejidos de los que se hacían estos vestidos¹²³. Las mujeres llevaban un vestido camisa *robe en chemise*. Algunas veces los tejidos estaban humedecidos de manera que se adhería al cuerpo, imitando los pliegues de las estatuas clásicas. Unas sandalias sin tacones contribuían a dar este efecto. Además los peinados se simplifican.

La evolución de la indumentaria en el siglo XVIII puede relacionarse con diferentes estilos; desde el Barroco, rococó hasta el Neoclásico. España se irá adaptando a las

¹²² De Sousa Congosto, Francisco. Introducción a la historia de la Indumentaria. Istmo, 2007. Pág.182.

¹²³ Historia de la Moda del siglo XVIII. <http://historiadelamodadelsigloxviiiialxx.blogspot.com.es/>

normas de la moda internacional desde el inicio del primer reinado de la Casa De Borbón. Se asiste a cierto nacionalismo, donde se recoge las influencias del traje de las majas. Punto interesante a señalar aquí, es el libro publicado en 1788 bajo el nombre de doña M.O., titulado *Discurso sobre el lujo de las Señoras y proyecto de un traje nacional*. Factor común al traje europeo de todas las naciones durante el siglo XVIII fue la creciente importancia social que irá adquiriendo la mujer, que repercutirá en la indumentaria, determinando una mayor riqueza y ornamentación que hasta el siglo anterior era por lo general inferior a la de los hombres¹²⁴. La importancia del teatro en este siglo aumentará e influirá en la indumentaria, así algunos trajes adquirirían el nombre de personajes u obras. En España, por ejemplo, la tonadillera María Antonia Fernández, *La Caramba*, creaba modas que influían en las damas, como un gran lazo que adornaba la redecilla del cabello.

A finales del siglo XVIII, las líneas generales de la indumentaria estaban ya establecidas: para las mujeres, una versión de lo que fue más conocido como traje *Imperio*¹²⁵; para los hombres, una indumentaria en la que se reconoce ya a *John Bull*¹²⁶. Esos dos modelos, en general mostraron poca variación en toda Europa.

¹²⁴ González Fuertes, Manuel Amador ¿Vistiendo España? Trajes e identidad nacional en el reinado de Carlos III

¹²⁵ El estilo Imperio es el estilo artístico dominante en arquitectura, decoración de interiores, mobiliario y moda, durante los inicios del siglo XIX en Francia. Se inserta dentro del espíritu neoclásico. El estilo Imperio, que tiene su antecedente en el estilo Directorio, toma su nombre del periodo de gobierno de Napoleón en Francia, conocido como Primer Imperio Francés, y es cuando se construyen en París las grandiosas estructuras neoclásicas como el Arco de Triunfo de París, la Columna Vendôme y Iglesia de la Madeleine, para emular los famosos edificios de la Roma imperial.

¹²⁶ John Bull es caracterizado como un anglosajón de clase media y en la mayoría de las ocasiones, vestido con un chaleco castaño claro y una sencilla levita que primero es de color azul marino y posteriormente muestra el motivo de la bandera del Reino Unido. Como figura literaria, John Bull es el perfecto inglés: simpático, descontento y con un gran sentido del humor.

1.2.7. LA LÓGICA DEL PODER: SIGLO XIX

Quizás en ningún otro período de la historia desde los tiempos primitivos hasta 1920 las mujeres hayan llevado tan poca ropa como a principios del siglo XIX¹²⁷. El atuendo femenino parecía diseñado para climas tropicales, aunque en realidad el clima europeo no había sido tan diferente en 1800 de lo que lo fuera en 1850; año, este último en que las mujeres llevaban mucha más ropa.

En Francia e Inglaterra, líderes de la moda, el vestido aceptado era una especie de ligero camisón que, aunque es verdad que llegaba hasta los tobillos, gozaba de un escote muy exagerado. Las *Gorgueras* volvieron a estar de moda y les apasionaban los Echarpes (chal); procedentes de Cachemira. La expedición de Napoleón a Egipto introdujo entre sus compatriotas una nueva ola de orientalismo que hizo que los turbantes se pusieran de moda, incluso en Inglaterra. Por lo demás, las líneas en general pretendían crear un efecto clásico enfatizando la verticalidad pero las influencias orientales contribuyeron a modificar este ideal. Se podía ya observar a principios de siglo, esta influencia egipcia. Luego, debido a la Guerra de la Independencia Española y a un interés hacia todo lo de España, se dio paso a un estilo español¹²⁸.

En el caso de los hombres ocurrió todo lo contrario. Como ya hemos visto, la influencia inglesa en el traje masculino se hizo notable pero ahora los franceses aceptaron el traje inglés como norma. Esto se debió en gran parte a una mayor habilidad por parte de los sastres ingleses, acostumbrados a trabajar con la lana. La ropa aristocrática del siglo XVIII, estaba, por lo general, muy mal hecha y no se ajustaba nada al cuerpo. La esencia del Dandismo estuvo precisamente en ese efecto ajustado y George Brummel se

¹²⁷ Michavila Díaz, Alicia. *El lenguaje del vestido*. Artículo publicado en la web de la Universidad Jaume I de Madrid. Proyectos. Mayo 2007.

¹²⁸ Ibidem.

enorgullecía de que su ropa no mostrase ni una sola arruga y de que sus pantalones se ciñesen de forma impecable a las piernas, como si se trataran de una sola piel.

1.2.7.1. EL SURGIMIENTO DEL DANDISMO

El siguiente apartado, introduce a la modernidad como una época que implica una serie de vanguardias artísticas en especial al dandismo cuyo gusto por lucir elegante y refinado será la consecuencia de una serie de elementos. Esta época se articulará e irá de la mano con la técnica de comunicación llamada publicidad. Que podría definirse como: una técnica de comunicación lucrativa y cuyo objetivo fundamental es la comunicación de productos y servicios que están disponibles en el mercado, a través de diferentes medios y canales de comunicación. Se establece la modernidad como una época que tiene sus orígenes en el siglo XIX y culmina en el siglo XX. Caracterizada por dos revoluciones importantes que fueron la revolución francesa y la industrial¹²⁹.

En cuanto a la primera se produjo durante el siglo XVIII, a través, del descontento de un sistema político absolutista manejado por el rey y en reacción de un pequeño grupo formado en la Edad Media, que fue tomando poder a lo largo de los años, hasta efectuar la mayor revolución social que se ha ejecutado hasta la actualidad. Por otra parte, la segunda florece en el Reino Unido a finales del siglo XVIII, debido a la invención de la máquina a vapor y como consecuencia produjo la revolución económica y tecnológica. Creando una sociedad industrializada por la transición del trabajo artesanal al industrial y a partir de ese fenómeno, la mayoría de los habitantes de los pueblos se trasladan a la ciudad, construyendo urbes donde el protagonista y motor económico será la máquina.

La ciudad se somete a una transformación radical de sus espacios construyéndose amplios bulevares. Estas nuevas carreteras y bulevares se convierten

¹²⁹ Artículo *Surgimiento del dandismo*. Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina. Página 10.

en las arterias de la nueva circulación urbana que impiden la congestión, abren nuevos espacios libres y rompen la densa construcción de las ciudades antiguas ¹³⁰.

Tanto es así, que la sociedad iba cambiando drásticamente y con la ayuda de la tecnología se pudieron realizar grandes cambios favorables para una sociedad positivista. La cual había apostado hacia el futuro generando como consecuencia en la población mejores medios de transporte que serían los siguientes: ferrocarriles, barcos de vapor, entre otras grandes maquinarias. Lo que facilitó la comunicación por medio del transporte y las carreteras. Como resultado importante de la revolución, la ciencia y la medicina también tomaron un protagonismo donde los niveles de longevidad aumentaron de forma gradual. Todos los avances nombrados anteriormente fueron favorecidos por un sistema liberal capitalista, cuyo protagonista fue uno de los economistas y máximo exponente de la economía clásica del siglo XIX. El destacado Adam Smith ¹³¹, que consideró la posibilidad de un libre mercado ofreciendo al individuo la libertad económica. Y para poner en práctica la doctrina económica planteó la creación de nuevas instituciones como: jurídicas, políticas y económicas. La economía política clásica, en especial la de Adam Smith, se había formulado como la crítica del “sistema mercantil”, es decir, justamente del sistema en el cual los gobiernos trataban las economías nacionales como conjuntos que debían desarrollarse por medio del esfuerzo y la política del estado ¹³².

¹³⁰ Picó J. *Modernidad y Posmodernidad prefacio, introducción y complicación* de Josep Picó. Madrid. Alianza editorial, 1998. Pág.29.

¹³¹ Fue un economista y filósofo escocés, uno de los mayores exponentes de la economía clásica. Adam Smith basaba su ideario en el sentido común. Frente al escepticismo, defendía el acceso cotidiano e inmediato a un mundo exterior independiente de la conciencia. Este pensador escocés creía que el fundamento de la acción moral no se basa en normas ni en ideas nacionales, sino en sentimientos universales, comunes y propios de todos los seres humanos.

¹³² Hobsbawm E. *Naciones y nacionalismo desde 1780*. Barcelona. Critica 1991. Pág.35.

Desde una mirada, se expresa claramente la diferenciación del libre mercado entre las clases sociales: burgueses y obreros, en un contexto francés e inglés. El poder económico estaba sujeto a la burguesía, existiendo una gran diferencia entre las dos clases sociales porque se notaba en sus abundantes pertenencias y vestimentas. Es cierto, que la democracia originó una relación en el transcurso de los años del capitalismo moderno. Generando una economía industrial con la ideología de un pensamiento en la que el hombre comenzaba a tener tendencias colectivas y burocráticas al mismo tiempo.

Dentro del contexto, el sistema capitalista favoreció a los burgueses a obtener mayores divisas para fortalecerlos como una clase alta y privilegiada en la sociedad de esa época. Porque ellos venían formándose fuertemente como la clase que iba a dominar, desde la época en la que se ubicaban cerca de los castillos para realizar diferentes servicios a la nobleza, y, el sistema les permitió comercializar todo tipo de utensilios como ropa, zapatos, comida entre otros.

Luego, la burguesía iba a dedicar su tiempo para estudiar, y entretenerse con el arte y la moda, que sólo era para una clase privilegiada. Y el rol de la moda se imparte a partir de un sujeto perteneciente a la sociedad moderna inglesa y francesa que se denominaría Dandi.

El Dandi (por hablar solo de su indumentaria, pues es bien sabido que el dandismo es algo más que un mero comportamiento vestimentario), es un hombre que ha dedicado radicalizar la indumentaria del hombre distinguido sometiéndola a una lógica absoluta¹³³.

¹³³ Barthes Roland. *El sistema de la moda y otros escritos*. Madrid. Ediciones Paidós. Pág. 405.

Se produce en el ámbito intelectual un interés teórico por la elegancia y la moda, enmarcado en el esteticismo del siglo XIX, en su renovado aprecio del arte y la belleza, como respuesta a los acusados cambios de cuño técnico e industrial. Practicado por la élite cultural, por los protagonistas de excepción de la vida urbana de París, Viena o Londres, el esteticismo cristalizará en la figura del dandi, y quedará recogido en una específica y novedosa parcela literaria¹³⁴. Compuesta por publicaciones periódicas, tratados, ensayos y novelas que poseen un denominador común, su fascinación e interés por describir las bellas apariencias, las aptitudes modernas que, la sensibilidad romántica está empeñada en depurar y conservar. Para ello, el pensamiento y la escritura serán herramientas imprescindibles, una obligada teoría dirigida a tender puentes entre el arte y la vida, buscando el ennoblecimiento individual¹³⁵. De sesgo acusadamente idealista, toda esta producción literaria aportó a la moda una preeminencia notable, configurando en buena medida el heterogéneo capítulo conceptualizado, para su estudio, como moda-escrita¹³⁶.

Es significativo mencionar que los comportamientos vanguardistas se pueden observar y se reflejan en la modernidad. Determinándose como una época donde florecen diferentes vanguardias tanto en la moda como en el arte. El grupo de artistas conformado por burgueses rebeldes, estaban en contra de cómo se iba perfilando la sociedad en ese momento. Y como resultado se incorporan los simbolistas, un conjunto de escritores y artistas plásticos que basan sus vidas en los excesos de sexo, drogas,

¹³⁴ Información encontrada en el artículo de Lourdes Cerrillo. Paul Poiret y el *Art Decó*. “Por su valor icónico destacamos a WILDE, Óscar. 2005. El retrato de Dorian Gray. Madrid, p.171 “. Para él, ciertamente, la vida era la primera y la más grande de las artes, y todas las demás no eran más que una preparación para ella. La moda, por medio de la cual lo puramente fantástico se hace por un momento universal, y el dandismo que, a su manera, trata de afirmar la modernidad absoluta de la belleza, le fascinaban.”

¹³⁵ Balzac, Honoré. 1919. *Tratado de la vida elegante. Historia y fisiología de los bulevares de París*. Madrid, p.37. “cuanto más han sufrido las cosas el influjo del pensamiento, más se han ennoblecido, depurado y engrandecido los detalles de la vida.”

¹³⁶ Tomamos la idea de estudio de Roland Barthes. Pag.262 (el vestido escrito). Aunque más que a un análisis del sistema retórico del vestido, aludimos a los escritos sobre moda y a sus múltiples referencias en la literatura de la época.

alcohol y otras sustancias. Porque su filosofía de vida se orientaba hacia el ocultismo y la cruda realidad que estaban viviendo en ese momento, que se ve reflejado en las obras artísticas que abarcan desde la pintura hasta la escritura. Como por ejemplo: *Las flores del mal* ¹³⁷ un poema escrito por Charles Baudelaire, el cual se refería así mismo como el Dante Alighieri de una época decadente, debido a que no estaba satisfecho con lo que sucedía en la época y también por un acto de rebeldía hacia su padrastro que era un burgués militar, que poseía una de las mejores posiciones económicas del momento. Por este motivo, Baudelaire tuvo el privilegio de poseer una de las mejores educaciones de la época en un colegio internado, que le proporciono los recursos y la enseñanza para que fuese uno de los mejores poetas y escritores de la historia.

Probablemente sus primeras ideas sobre moda aparecen en las críticas dedicadas al Salón de 1845, al reprochar a los pintores haberse olvidado de la vida moderna, de sus nuevos héroes vestidos con corbatas y zapatos de charol¹³⁸. La moda aparece por tanto como uno de los componentes principales de lo moderno, cuyo carácter, disperso en los espléndidos escenarios y personajes de la gran ciudad, necesita conocer. Es así como Baudelaire descubre en la moda un agente extraordinariamente visible de la modernidad, es decir “de la belleza pasajera, fugaz, de la vida presente” y por tanto de los más elevados ideales de un tiempo histórico¹³⁹. En esto coincidirán pintura y moda, en ser capaces de cifrar el gesto, la mirada contemporánea, tras haber comprendido el mundo, las razones internas y legítimas de sus costumbres. Y debido a ello, ambas

¹³⁷ *Las Flores del mal* es considerada una de las obras más importantes de la poesía moderna, imprimiendo una estética nueva, donde la belleza y lo sublime surgen, a través del lenguaje poético, de la realidad más trivial, aspecto que ejerció una influencia considerable en poetas como Paul Verlaine, Stéphane Mallarmé o Arthur Rimbaud.

¹³⁸ Baudelaire, Charles “Salón de 1845”, en PIZZA, A. “Baudelaire, la ciudad y el arte”. Presentación de Baudelaire, Charles. 2004. El pintor de la vida moderna. Murcia, pág 35

¹³⁹ Baudelaire, Charles. Op.cit., se trataría de “extraer de la moda lo que ésta puede contener de poético en lo histórico, de obtener lo eterno en lo transitorio.” págs. 137 y 91

pueden situarse en el centro de la moral y la estética de la época, elogiando la “alta espiritualidad del atuendo”¹⁴⁰.

Se crea la máquina que va abrir la mirada hacia el futuro de una sociedad moderna, en la que surgirán nuevas tendencias y vanguardias artísticas tanto en la literatura, pintura, escultura, arquitectura como entre otras ramas.

1.2.7.1.1. ESPACIO PARA EL DANDI

Un Dandi es un hombre que hace especial importancia a la apariencia física, el lenguaje refinado, ocio y aficiones, perseguido con la apariencia de indiferencia en un culto del Yo. Según la definición de la Real Academia es un hombre que se distingue por su extrema elegancia y buen tono. Históricamente, sobre todo en Gran Bretaña a finales XVIII y principios del siglo XIX, un Dandi, que fue hecho a sí mismo, con frecuencia se esforzó en imitar un estilo de vida aristocrático a pesar de venir de una familia de clase media. A pesar de las manifestaciones anteriores del *Petit-Matre* y *Muscadin* se ha observado por John C. Prevost, que la práctica moderna de dandismo apareció por primera vez en la década revolucionaria de 1790, tanto en Londres como en París.

Charles Baudelaire define el Dandi como quien eleva lo estético a una religión viva.

Dandismo en ciertos aspectos se acerca a la espiritualidad y el estoicismo. Estos seres no tienen otra condición, sino el de cultivar la idea de la belleza en sí mismos, de satisfacer sus pasiones, de sentir y de pensar... Al contrario de lo que muchas personas irreflexivas parecen creer, dandismo ni siquiera es un placer excesivo en la ropa y la

¹⁴⁰ Baudelaire, Charles. Op.cit. pág.123

*elegancia material. Para el Dandi perfecto, estas cosas no son más que el símbolo de la superioridad aristocrática de su mente*¹⁴¹.

La vinculación de la ropa con la protesta política se había convertido en una característica particular del inglés del siglo XVIII. Dadas estas connotaciones, dandismo puede ser visto como una protesta política contra el aumento de la nivelación de los principios igualitarios, a menudo incluyendo la adhesión nostálgica a los valores feudales o pre-industrial, como los ideales de "perfecto caballero" o "el aristócrata autónomo", aunque paradójicamente, el Dandi necesita una audiencia, como Susann Schmid observó en el examen de *Las vidas comercializados con éxito* de Oscar Wilde y Lord Byron, que ejemplifican las funciones del Dandi en la esfera pública, ya sea como escritores o como personajes que proporcionan fuentes de chisme y el escándalo.

1.2.7.1.2. BEAU BRUMMELL Y EL DANDISMO

El modelo excelente en la sociedad británica fue George Bryan "Beau" Brummell. Brummell no provenía de un linaje aristocrático, de hecho, su grandeza se basa en nada en absoluto. Era de origen más humilde, pues su padre había sido secretario de Lord North, lo que, le había permitido reunir una pequeña fortuna. Su abuelo era confitero en Bury Street¹⁴².

A la muerte de su padre, el joven George empezó a gastar la fortuna heredada comprando vestidos, finas camisas, corbatas, sombreros, guantes y bastones.

¹⁴¹ Charles Baudelaire. El pintor de la vida moderna. 1863.
<http://s3.amazonaws.com/lcp/qwerty/myfiles/ baudelaire.pdf>

¹⁴² Información obtenida en el artículo El hombre más elegante del mundo. Blog: monteverdy.wordpress.com

Un día, en una lechería de moda en el Green Park de Londres, mientras estaba hablando con la propietaria entró el príncipe de Gales en compañía de la marquesa de Salisbury. El príncipe, que quería ser conocido como el primer caballero de Europa, miró con admiración y no sin cierta envidia a Brummel, pues vio en él una impecable corbata, un no menos impecable conjunto de casaca, chaleco y pantalón y unos brillantes zapatos de punta afilada que se había puesto entonces de moda. El príncipe de Gales era grueso, y gastaba miles de libras en su vestimenta y los accesorios correspondientes (se dice que se le iban cien mil libras al año en cosas de vestir); como dato curioso, poseía, entre otras cosas, quinientos portamonedas¹⁴³.

Brummel era alto, bien plantado e hizo tan buena impresión en el príncipe de Gales que éste le convirtió en su amigo, lo cual llenó de estupor a la aristocracia londinense, que vio cómo el nieto del confitero asistía a las íntimas reuniones principescas. Por supuesto su elegancia llamó la atención y enseguida fue copiada. Un detalle bastará para indicar la diferencia entre la elegancia natural de Brummel y la de sus imitadores¹⁴⁴.

Beau Brummell empezó así una brillante carrera como ministro de la moda y el gusto. La nobleza, los poderosos y las mujeres bellas se rendían ante sus dictados. Era un Dandi, un exhibicionista, un ingenioso, verdaderamente original, que no dudó un solo instante de su buen gusto por las ropas, ni del deseo de imponer ese gusto a los demás, ni de dejar de gastar parte de su fortuna en su ropa. El retrato que le hizo John Cock lo muestra en la cumbre de su gloria y de su arte. Abogó por la higiene personal sin falta y se bañaba diariamente, como Cleopatra, en una bañera repleta de leche. Desde mediados de la década de 1790, Beau Brummell era la primera encarnación de la "celebridad".

¹⁴³ Según los modales de mi abuela. monteverdy.wordpress.com/category/estilos/

¹⁴⁴ Ibidem.

A finales de 1863, y en *Le Figaro*, Baudelaire publica los episodios del artículo *El pintor de la vida moderna*. En él aparecen varios apartados consagrados al dandismo¹⁴⁵. De Charles Baudelaire es sobradamente conocida su afición al tema. Su propia vida fue además, en casi toda ocasión -muy especialmente, como siempre, en la juventud-, una vida de Dandi. De Dandi cuya rebeldía (constatada en una larga tradición de anécdotas) es indudable. Nadar dirá de él que es un Byron vestido por Brummell, uniendo en la frase dos nombres que representan las dos tendencias principales del dandismo: la agresión del arte, el aliento cálido, y (siempre la persona) la sola distinción del traje y la frialdad lejana. Baudelaire representa, sobre todo, la primera (Byron), aunque alguna vez en su vida pusiese en práctica la segunda. Sale, a veces, con una cinta de terciopelo a la cintura, al modo de los patricios de Venecia que pintó Tiziano. Un día se pasea con una boa de plumas rojas al cuello. Posando sobre las plumas -como muerta, fina, larga y pálida- su mano adornada por un gran anillo episcopal. Otras veces anda con paso rítmico, agitando su delgado bastón de puño de oro.

Baudelaire escribía que un aspirante a Dandi debe tener:

(...) ninguna profesión que no sea la elegancia... no otra condición, sino la de cultivar la idea de la belleza en sí mismos... El dandi debe aspirar a ser sublime sin interrupción, sino que debe vivir y dormir ante un espejo¹⁴⁶.

¹⁴⁵ El mundo de Baudelaire. <http://www.xmind.net/m/N2Yt/>

¹⁴⁶ Metrosexuales. ¿El nuevo hombre o un dandi edulcorado? <http://estasdemoda.com/metrosexuales-%C2%BFel-nuevo-hombre-o-un-dandy-edulcorado/>

Jules Barbey d'Aurevilly escribió *La anatomía de dandismo*, un ensayo dedicado, en gran medida, al control de la carrera de Beau Brummell. Los poetas Charles Swinburne y Oscar Wilde, Walter Pater, el artista norteamericano James McNeill Whistler, el artista español Salvador Dalí, Joris-Karl Huysmans, y Max Beerbohm fueron dandis de la *Belle Époque*, al igual que Robert de Montesquiou - Marcel Proust inspiración para el Barón de Charlus. En Italia, Gabriele d'Annunzio y Carlo Bugatti ejemplifican lo artístico bohemio dandismo del fin de siglo¹⁴⁷. Wilde escribió:

Uno debe ser una obra de arte o usar una obra de arte.

El artista Sebastian Horsley se describió a sí mismo como un *excelente en el inframundo* en su autobiografía homónima *Dandy in the underworld*. En Japón durante la década de los 90 el dandismo se ha convertido en una subcultura de la moda. En la actualidad, el término también se utiliza para referirse a un hombre atractivo, pero más viejo, bien vestido, por lo general un hombre de unos 40 o 50 años de edad.

En España durante el siglo XIX se desarrolló un fenómeno curioso ligado al dandismo. Mientras que en Inglaterra y Francia, los individuos de las clases medias adoptaban los modales aristocráticos, la aristocracia española adoptaba las modas de las clases bajas, llamados majos. Se caracterizan por sus elaborados trajes y su sentido del estilo. En 1819 se produce un cambio importante en el atuendo femenino. La cintura, que había estado marcada muy alta, volvió a su posición inicial haciéndose cada vez más estrecha. Como consecuencia el *Corsé* vuelve a imponerse de nuevo. El Romanticismo estaba ahora en pleno auge y las novelas de Walter Scott tenían innumerables lectores, por lo que todas las jovencitas querían parecerse a Amy Robsart¹⁴⁸. Estaba en boga hacerse vestidos con tela escocesa. Las mangas se cubrían con otras encima, la falda se acorta

¹⁴⁷ Regency, Georgian. 18th Century Englishmen Manners

¹⁴⁸ Protagonista de la novela de Walter Scott, *Kenilworth*, publicada en 1821.

pero se ensancha, al igual que los sombreros y turbantes. Esto queda reflejado en las caricaturas de la época, los peinados también se complican.

En 1837 se empezaron a modificar las románticas y llamativas modas de la primera mitad del siglo. Las faldas se alargan de nuevo. El Corsé se ajustaba mucho y se adornaba por delante con un material tallado en forma de abanico. El traje masculino se hizo también más sombrío y sobrio. El *Frac* se lleva tanto para las mañanas como por las tardes, desaparecen las camisas con volantes. El sombrero de copa sigue utilizándose aunque su altura cambia por momentos. Realmente existe una gran diversidad en la prenda del abrigo: el abrigo alto, *Top-coat*, el *Chesterfield* y el *Paletó*.

Tanto para el hombre como para la mujer, estaba de moda el ser o parecer un poco *souffrance*, siempre en reposo y con aires delicados. Se admiraba la palidez, por lo que el colorete cayó en desuso. Algunas mujeres bebían vinagre para estar a tono con la moda imperante. Se presenta la figura del hombre de negocios y el papel de la mujer en casa, considerándola un modelo de las virtudes domésticas. La completa ociosidad era el símbolo externo del estatus social. El trabajo, cualquiera que fuera, estaba mal considerado; y el vestido, que reflejaba esa actitud, fue restrictivo.

Esto produce extrañeza si se tiene en cuenta que en el mundo exterior la década de los cuarenta fue un período en el que se produjeron sacudidas e innovaciones extraordinarias. Aparece el ferrocarril y se dieron una serie de trastornos sociales que culminaron en 1848, el *Año de las Revoluciones* que acabaría con la Europa de la Restauración. El remilgamiento alcanzó su máxima cota, no hubo período de más tapamiento que éste. El escritor Thackeray pensaba que era necesario pedir disculpas cuando se mencionaban los tobillos.

El *Año de las Revoluciones*, 1848, acabó con la derrota de la izquierda en todo Europa, y en algunos países esto supuso el restablecimiento de una tiranía centralizada, pero en Inglaterra y Francia fue realmente el triunfo de la burguesía. En Inglaterra la Gran Exposición de 1851, además de mostrar nuevas clases de tecnología, era un signo de esperanza (falsa, como luego se vio) de que una era de paz universal y fraternidad estaba a punto de empezar.

Los negocios y el comercio en sí florecieron: basta observar la gran cantidad de casas en Londres con fachadas estucadas y pórticos de dos columnas, para caer en la cuenta de que se tenía dinero suficiente como para dejar de vivir en la ciudad y retirarse a las afueras.

Esta prosperidad implicó una mayor complicación en el vestido. R. S. Surtees, en una de sus novelas *Ask Mamma* de 1853, se quejaba de que la criada vestía mejor que su señora hace diez años y de que era casi imposible reconocer a la clase trabajadora cuando era domingo.

Las faldas continuaban agrandándose y era tal su peso que llegó a hacerse insoportable. En 1856 se reemplazaron por una *Jaula crinolina*, es decir, una enagua con aros. Esto se convirtió en un instrumento de liberación, ahora ya podían mover sus piernas con libertad. Parece que uno de los principios de la moda aquí es la exageración, la mujer era ahora un barco de navegación, majestuoso¹⁴⁹.

América reclamaba un vestido más racional para las mujeres. Mrs. Bloomer llegó a Europa en 1851 para intentar difundir entre las mujeres un traje más sensato sin dejar de ser femenino. Se trataba de un corpiño de moda y una falda ancha que llegaba por debajo de la rodilla, desde donde se podían ver unos pantalones holgados. Esto

¹⁴⁹ Moda en el siglo XIX. <http://xn--casademuecagarnata-23b.es/un-hobby-didactico-y-apasionante/kathe-kruse-1-883-1-968/la-moda-en-el-siglo-xix/>

provocaría un tremendo alboroto y burla. El caballero victoriano vino contemplando esto como un ataque a su privilegiada posición social. El invento de Bloomer resultó excesivamente prematuro ya que pese a las críticas recibidas, tuvo que esperar cincuenta años para ver como sus Bloomers se adoptaron para montar en bici.

1.2.7.2. LA MODA MODERNA

A lo largo de la segunda mitad del siglo XIX la moda, en el sentido moderno del término, entra en escena. Aunque no todo es nuevo, es evidente que aparece entonces un sistema de producción y difusión desconocido hasta ese momento y que se mantendrá con gran regularidad durante un siglo¹⁵⁰. Ese es el fenómeno histórico que se quiere destacar: a pesar del progreso tecnológico, de sus incesantes escarceos o revoluciones estilísticas, la moda no ha escapado a lo que bien puede llamarse una estructura de larga duración. Desde mediados del siglo XIX hasta los años sesenta, momento en que el sistema empieza a agrietarse y a reconvertirse parcialmente, la moda se basa en una organización hasta tal punto estable, que es legítimo hablar de la primera fase de la historia de la moda moderna, su momento heroico y sublime¹⁵¹. Sin duda una manera de decir que un ciclo está acabado, manera sobre todo de insistir sobre aquello que, en lo más profundo, une al público a esa fase fundadora de una nueva organización de lo efímero, de una nueva lógica del poder destinada a conocer un extraordinario destino histórico, puesto que se impondrá cada vez más en el seno de las sociedades a lo largo del siglo XX.

Guardando las distancias, habría que decir que esta primera fase de la moda, es lo que De Tocqueville decía de América¹⁵²:

150 Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama. 1990. Pág.76.

151 Ibidem, pág 76.

152 De Tocqueville, A. *La democracia en América*. Trotta 2010.

(...) en ella hemos visto más que la moda, hemos reconocido una figura, particular pero significativa, del advenimiento de las sociedades burocráticas modernas; hemos visto más que una página de la historia del lujo, de las rivalidades y distinciones de clase, hemos reconocido en ella uno de los rostros de la “revolución democrática” en marcha¹⁵³.

Una característica de la moda moderna es que se articula en torno a dos industrias nuevas en los fines y en los métodos, en los artículos y el prestigio; sin ninguna duda incomparable pero que conforman una unidad, un sistema homogéneo y regular en la historia de la producción de frivolidades¹⁵⁴.

Por una parte, la Alta Costura, inicialmente llamada Costura, y por otra la Confección Industrial; éstas son las dos piedras angulares de la moda centenaria. Sistema bipolar basado en una creación de lujo y a medida que se opone a una producción de masas en serie y barata que imita, poco o mucho, los modelos prestigiosos o “firmados” de la Alta Costura. Creación de modelos originales y reproducción industrial: la moda que se va configurando se presenta bajo el signo de una marcada diferenciación en materia de técnicas, de precio, de fama, de objetivos, concordando con una sociedad también dividida en clases, formas de vida y aspiraciones claramente distintas¹⁵⁵.

Seguramente el sistema descrito no traduce más que parcialmente una realidad histórica más compleja. Entre los dos pilares mencionados jamás han dejado de existir organizaciones intermedias, pequeña y mediana costura. Concretamente en Francia son numerosas las mujeres que han continuado recurriendo a una modista o confeccionando ellas mismas sus vestidos a partir de “patrones”, de venta en los almacenes o contenidos

¹⁵³ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama. 1990. Pág. 77.

¹⁵⁴ Ibidem.

¹⁵⁵ Ibidem, pág 77.

en las revistas de moda: en los años cincuenta, el sesenta por ciento de francesas se vestía aún en modistas o se hacía la ropa.

Por otra parte, la confección, sobre todo en los países muy industrializados, con posibilidad de reproducir legalmente y de forma rápida los modelos de la Alta Costura (por ejemplo, los Estados Unidos), no se ha limitado a una producción barata sino que ha diversificado su oferta y ha realizado artículos de diferentes calidades, de lo corriente al semilujo.

El esquema global es pues el siguiente: la Alta Costura monopoliza la innovación, lanza la tendencia del año; la confección y las otras industrias la siguen, inspirándose más o menos en ella, con más o menos retraso, sea como sea, a precios incomparables.

Así pues, la Moda Moderna, aun basándose en dos grandes ejes, se vuelve, como nunca, radicalmente monocéfala. En la medida en que la Alta Costura es el laboratorio indudable de las novedades, la moda designa esencialmente la moda femenina. Ello no significa que no haya existido también una moda masculina, sino que ésta no se ha basado en ninguna institución comparable a la Alta Costura, con sus casas famosas, sus renovaciones de temporada, sus desfiles de modelos, sus atrevimientos y revoluciones¹⁵⁶.

Por otra parte, la moda masculina es impulsada desde Londres, y a partir de 1930 cada vez más por los EE.UU., mientras que el centro de la Alta Costura está en París. Comparada con la Costura, la moda masculina es lenta, moderada, sin tropiezos, igualitaria tanto si se articula sobre la oposición como sobre la medida/serie.

¹⁵⁶ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama. 1990. Pág.77.

No cabe duda de que la Alta Costura es la institución más significativa de la moda moderna; sólo ella ha tenido que poner en marcha de modo permanente todo un arsenal de leyes a fin de protegerse contra el plagio y los imitadores; sólo ella ha suscitado debates apasionados, ha gozado de celebridad mundial, se ha beneficiado de la publicidad regular y desmultiplicada de la prensa especializada. Prolongando un fenómeno ya manifiesto en el siglo XVIII, la moda moderna es de esencia femenina. El orden a dos bandas de la moda no se instituyó en función de un proyecto explícito ni tampoco en un tiempo absolutamente sincronizado, la Confección Industrial precedió a la aparición de la Alta Costura¹⁵⁷.

En Francia, en los años 1820, y a imitación de Inglaterra, se da una producción de nuevos trajes, baratos y en serie; esta producción conoce una verdadera expansión después de 1840 -antes incluso de entrar en la era de la mecanización, posible gracias a la máquina de coser-, hacia 1860.

A medida que se implantan los grandes almacenes, que las técnicas progresan, que disminuyen los costos de producción, la confección diversifica la calidad de sus artículos dirigiéndose a la pequeña y mediana burguesía. Tras la guerra de 1914, la confección se transforma profundamente bajo el efecto de una creciente división del trabajo, de un maquinismo más perfeccionado y de los progresos de la industria química, que permiten obtener mayor variedad de colores y, a partir de 1939, nuevos tejidos a base de fibras sintéticas. Pero, a pesar de esos progresos, la organización de la moda permanece inalterable, y hasta los años sesenta del siglo XX todas las industrias están pendientes de los decretos de la Alta Costura. Empiezan a aparecer una nueva raza de diseñadores de la moda, llamados a transformar el mundo de la *Haute Couture*.

¹⁵⁷ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama. 1990. Pág.78.

1.2.7.3. EL CREADOR DE LA ALTA COSTURA

Worth inicia lo que será la moda en el sentido actual del término y pone en práctica el doble principio que le constituye: automatización del hecho y de derecho del modisto-diseñador, expropiación correlativa del usuario por lo que respecta a la iniciativa de la indumentaria. Ese vaivén designa la incuestionable novedad histórica de la Alta Costura: de una época en la que el cliente coopera con la modista a partir de un modelo en definitiva totalmente fijo, se pasa a una época en que el atuendo es concebido, inventado por completo por el profesional, en función de su “inspiración” y de su gusto. En tanto que la mujer se ha convertido en una simple consumidora, aunque sea de lujo, el modisto, el artesano, se ha metamorfoseado en artista soberano¹⁵⁸.

De nacionalidad inglesa, Charles Frederick Worth nació el 13 de octubre de 1826, en Bourne, Lincolnshire. Procedía de una familia acomodada hasta que su padre, William Worth, cayó en la ruina por su afición al juego. A los 12 años Charles tuvo que empezar a trabajar y lo hizo como aprendiz en un almacén de tejidos en Londres. A los 18 cambió el almacén por un taller de sastrería. En aquella época, París era considerada el centro del buen gusto, la ciudad del lujo y el despilfarro. Además, tras las bambalinas del teatro de la elegancia, París disponía de todo lo necesario para satisfacer las exigencias de la vanidad: se había creado una enorme infraestructura bajo el llamado de la moda; estaban los proveedores de accesorios como medias, guantes, botones, cinturones, hebillas, plumas, zapatos, joyería y bisutería; estaban las cortadoras, las costureras, las bordadoras, las planchadoras, las tejedoras; en fin, un gran número de personas se sostenía gracias a la vanidad de la alta sociedad.

¹⁵⁸ Lipovetsky, Gilles. *El Imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona. Anagrama. 1990. Pág.103, 104.

París ofrecía lo más exquisito a una clientela que consideraba la moda como una parte imprescindible de su estilo de vida, exclusivo y lujoso. Esta ciudad era el lugar ideal para Charles Frederick Worth. En consecuencia, a los 20 años, en 1845, viajó a París y entró a trabajar en la casa Gagelin de la que fue socio después de algunos años. Allí conoció a quien se convertiría en su esposa: Marie Vernet. Así empezó a destacar cuando los clientes de la *Maison* Gagelin notaron la belleza de los vestidos diseñados por él que usaba su prometida¹⁵⁹. Tanto llamaron la atención que en 1851 la empresa abrió un departamento dedicado a la confección a la medida, del que Worth fue el director. Después de haber ganado para Francia la medalla de oro en la Exposición Universal de Londres y más tarde, en 1855, la medalla de oro en la de Francia, se asoció con el joven y rico comerciante sueco de telas Otto Bobergh¹⁶⁰. Ya para entonces Charles había afrancesado su nombre a Charles Frédéric Worth. En 1858, abrieron su casa Worth Bobergh, en el número 7 de la Rue de la Paix, en una zona de París recién estrenada que acabaría siendo la Meca de la moda.

Monsieur Worth, fue el primer modista o diseñador de moda que atendió a su clientela en su propio salón. Al principio no resultó fácil, pero logró captar como clienta a la esposa del embajador de Austria en París, la princesa Pauline de Metternich, quien supo de él cuando su esposa, Marie Vernet, le llevó algunos diseños. Madame Chiffon, sobrenombre de la embajadora, se indignó ante la idea de que un inglés pretendiera vestir a las francesas pero a pesar de eso, al ver los diseños, y dado que ella era austriaca, encargó dos modelos, uno de día y otro de noche. Cuando Eugenia de Montijo, esposa del emperador Napoleón III, vio en una recepción el modelo de noche, pidió que le presentaran al diseñador. Después de su encuentro con la emperatriz

¹⁵⁹ Infomación obtenida en <http://www.prisaediciones.com/uploads/ficheros/libro/primeras-paginas/201302/primeras-paginas-big-bang-grandes-disenadores.pdf>

¹⁶⁰ <http://www.prisaediciones.com/uploads/ficheros/libro/primeras-paginas/201302/primeras-paginas-big-bang-grandes-disenadores.pdf>

Eugenia de Montijo y del entusiasmo de ésta ante sus creaciones, la carrera de Worth estaba asegurada.

Se convirtió en el proveedor de la corte francesa y, en consecuencia, en el de las cortes europeas, entre las que se encontraba la inglesa, cuya reina, Victoria, era gran amiga de Eugenia, en la alta sociedad, actrices como Sarah Bernhardt y entre alguna que otra *Demimondaine*¹⁶¹. Contrario a la costumbre de que la clienta en cuestión ordenaba un vestido según una muestra y dependiendo del tiempo de entrega o del precio éste se confeccionaba o no, o de que la clienta proponía un diseño, el sastre lo confeccionaba, recibía su salario y se perdía en el anonimato, en la *Maison* Worth el diseñador presentaba los modelos y la clienta podía elegir, pero no hacer cambios. Para proteger sus creaciones cada una llevaba una etiqueta con su firma, con lo que no sólo aseguraba su autoría, sino que se creaba la marca, distintivo inconfundible y capital de una casa de modas. El distintivo de autoría será el signo de reconocimiento de la figura del modisto-creador, en un contexto muy específico plenamente preparado para su buena acogida, ya que realmente las innovaciones de Worth afectarán más a cuestiones estrictamente profesionales que estilísticas, planteamientos que la alta sociedad parisina sabe aceptar y entender. Porque si su refinamiento y extravagancia son nostálgicamente herederos del gusto rococó de la corte de María Antonieta (1755-1793), de igual manera la posición de Worth se asienta en la alcanzada por la modista de la reina Rose Bertin (1747-1813) y en su sorprendente ascenso personal¹⁶².

Fue Worth quien convenció a Eugenia para que cambiara la crinolina, haciendo que la falda se deslizara plana por delante y la tela sobrante se recogiera en la parte posterior

¹⁶¹ Se refiere a un grupo de personas que viven con estilos de vida hedonista, por lo general en una flagrante y conspicua manera. El término fue utilizado comúnmente en Europa a partir de finales del XIX y a principios del siglo XX, y el uso contemporáneo tiene un carácter anacrónico. Sus connotaciones de la búsqueda del placer a menudo contrastan con la riqueza y el poder comportamiento de la clase.

¹⁶² Figura estudiada recientemente en profundidad, sobre todo en lo referente a aspectos de índole social relacionados con la clientela por SAPORI, Michelle.2003.Rose Bertin. *Ministre des modes de MarieAntoinette*. Paris, págs.161-203.

del cuerpo, dejándola caer en una cascada de volantes acabados en una cola. Esta idea fue precursora del polisión. Worth no sólo no cambió el diseño ni el estilo ni la estructura de los vestidos de su época -salvo en el caso de la emperatriz y la crinolina- sino que rememoró los bordados fastuosos de los tiempos de Luis XIV y revivió la *Polonaise*, vestido creado para la reina María Antonieta, presentando un modelo consistente en un corpiño y una falda que, a su vez, cubría otra falda. La riqueza de sus materiales y sus pequeños cambios en la apariencia de las prendas fueron definitivos para su éxito.

Worth estaba convencido de que era un genio y que sus creaciones eran irresistibles y, en cierto modo, tenía razón. Fue el primero en presentar sus vestidos en maniqués de carne y hueso, con lo que daba vida a sus diseños. También fue el primero en hacer desfiles de moda para presentar sus colecciones. Al principio una vez al año, después dos, en primavera y otoño, en las que no sólo se preocupaba de sus creaciones, sino que escogía los peinados, los accesorios y las joyas que realzarían cada vestido, con lo que enseñó sutilmente a su clientela a combinar los conjuntos de manera armoniosa.

Worth también fue el creador de la Cámara de la Alta Costura, la *Chambre Syndical de la Haute Couture*, en 1880, para proteger sus diseños de los falsificadores y donde especificó el reglamento para que un diseñador pudiera ser llamado *couturier* (modista). Asimismo mejoró el bienestar de las costureras proporcionándoles seguridad social y vacaciones pagadas, fijó fechas para la presentación de las colecciones y el número de modelos que podían desfilan, además de establecer la actividad propagandística y las relaciones con la prensa. Sin embargo, tuvo que cerrar su casa durante la guerra franco-prusiana para reabrir la después, esta vez con el nombre de *Maison Worth*. La caída del Imperio francés en 1870 y el advenimiento, una vez más, de la República no hicieron mella en el éxito de Worth. Las monarquías española, italiana, holandesa y rusa, así

como las ricas herederas americanas y las luminarias del mundo artístico, permanecieron fieles a sus creaciones. Charles Frederick Worth murió el 10 de marzo de 1895. Tenía dos hijos, Jean-Philippe y Gastón, quienes habían entrado en la empresa en 1874, el primero como diseñador y director creativo, el segundo como director comercial. Ellos fueron sus sucesores. Al retirarse su tío Jean-Philippe de la empresa en 1910, Jean-Charles, hijo de Gastón, tomó la dirección artística y en 1922 su hermano Jacques la administrativa. Jean-Charles, digno nieto de su abuelo, creó la escuela de la Cámara Sindical.

En los años veinte, la silueta femenina desapareció y en su lugar las mujeres aparecían planas desde cualquier ángulo que se las mirara. En la *Maison* Worth ese efecto desolador se volvió soportable por la belleza de las telas bordadas que recordaban los diseños de Charles Frederick Worth. La *Maison* Worth desapareció finalmente en 1956

1.2.7.4. LA LLEGADA DE LA ALTA COSTURA.

Con la Alta Costura aparece la organización de la moda tal como la conocemos aun hoy, al menos por lo que respecta a sus líneas generales: renovación por temporadas, presentación de colecciones sobre maniqués vivos y, sobre todo, una nueva vocación, reforzada por el nuevo estatus social del modisto¹⁶³. En efecto, el fenómeno esencial es éste: desde Worth el modisto se impone como un creador cuya misión consiste en elaborar modelos inéditos, en lanzar con regularidad nuevas líneas de vestir que, idealmente, son reveladoras de un talento singular, reconocible, incomparable. Fin de la época tradicional de la moda e inicio de su fase moderna artística, ése es el gesto realizado por Worth, el primero que introdujo cambios incesantes de formas, de tejidos, de adornos; que transformó la uniformidad de las imágenes hasta el punto de enfrentarse al gusto del público; que puede reivindicar una “revolución” en la moda atribuyéndose el mérito de haber destronado el *Miriñaque*¹⁶⁴. El modisto, tras siglos de relegación subalterna, se convierte en un artista moderno cuya ley imperativa es la innovación. En ese contexto la moda se identificará cada vez más con la abundancia creativa de la Alta Costura: antes de 1930 las grandes casas presentaban cada temporada ricas colecciones de 150 a 300 nuevos modelos, y en los años cincuenta, cuando el número medio oscilaba aún entre 150 y 200, se creaban en París unos 10.000 prototipos al año¹⁶⁵.

El corte con el pasado es limpio, marcado: de artesano “rutinario” y tradicional, el modisto, actualmente diseñador, se ha convertido en “genio” artístico moderno. Hasta entonces el sastre o la modista tenían poca iniciativa, los “patrones” eran imperativos; la

¹⁶³ María Del Rosario. La moda considerada como una de las Bellas Artes. Blog: <http://disenomodas-andina-pereira.blogspot.com.es/>

¹⁶⁴ El miriñaque, también llamado crinolina, también armador, es una forma de falda amplia utilizada por las mujeres a lo largo del siglo XIX que se usaba debajo de la ropa. En realidad, el miriñaque consistía en una estructura ligera con aros de metal que mantenía abiertas las faldas de las damas, sin necesidad de utilizar para ello las múltiples capas de las enaguas que había sido el método utilizado hasta entonces.

¹⁶⁵ María Del Rosario. La moda considerada como una de las Bellas Artes. Blog: <http://disenomodas-andina-pereira.blogspot.com.es/>

estructura general del vestido, sus elementos de base, fueron casi invariables durante un período determinado; sólo algunas partes del traje permitían un corte y una resolución de fantasía.

El lujo se convierte por primera vez en una industria de creación. Sin duda el funcionamiento de las grandes casas sigue siendo artesanal, prendas hechas a mano, a la medida, la calidad antes que la cantidad, la destreza de las costureras, pero en el mismo se pone de manifiesto igualmente el principio moderno de la serie aunque sea corta, pues los modelos pueden ser reproducidos en unos cientos o miles de ejemplares. La Alta Costura promovió la serie limitada un poco antes de que se propagaran, a partir de 1880 las nuevas técnicas de fabricación industrial del lujo; 1.200 obreras trabajan para Worth, 4.000 para Chanel en 1935, 1.200 para Dior en 1956. A mediados de los años treinta Chanel fabricaba unas 28.000 piezas al año; la alta costura parisina producía en 1953, 90.000 piezas¹⁶⁶. A lo cual viene a sumarse la venta a los compradores extranjeras, en especial americanos, de modelos de los cuales se encargan varios ejemplares de cada uno y en diferentes tallas.

Conservadurismo y uniformidad en la confección de conjunto, fantasía y originalidad, más o menos acusadas, en los detalles; de este modo se puede resumir la lógica que dispuso la moda desde que tomó verdaderamente cuerpo en Occidente, a partir del siglo XIV¹⁶⁷. Ese dispositivo transformará la Alta Costura desde el momento en que la vocación suprema del diseñador reside en una creación incesante de prototipos originales. Lo que pasa a primer plano es la línea del vestido, la idea original, no

¹⁶⁶ Ibidem.

¹⁶⁷ Ibidem

solamente en cuanto a adornos y accesorios sino respecto al “patrón” mismo. Chanel diría más adelante: *Primero se hace el vestido, no el adorno*¹⁶⁸.

El diseñador es un creador “libre”, sin límites; en la práctica, al frente de una empresa industrial y comercial, el gran modisto ve limitada su autonomía creativa por las costumbres de la época, por el estilo de moda, por la naturaleza particular del producto realizado, es decir el traje, que debe satisfacer la estética de las personas y no solamente el puro proyecto creador. Por ello no hemos de llevar al extremo el paralelismo entre la aparición del modisto creador y la de los artistas modernos en sentido estricto. Si bien lo nuevo llegó a ser una ley común, los pintores, escritores y músicos gozaron de una libertad de experimentación y un poder para atravesar las fronteras del arte que no tiene su equivalente en la moda, excepto en algunos casos como veremos en las páginas posteriores. Aunque novedad, el vestido debe seducir y realzar a la persona que lo lleva; aunque nuevo, no debe llegar demasiado pronto ni enfrentarse demasiado a las conveniencias o los gustos. Así pues, con la aparición de la Alta Costura no ha cambiado todo: como en el pasado, la novedad de la moda sigue siendo un conjunto de variaciones necesariamente lentas. Con la Alta Costura se produjo una discontinuidad organizativa, pero sobre el fondo de continuidad propio de la moda y su imperativo de seducción inmediata. A pesar de ese conservadurismo consustancial a la moda, la Alta Costura sistematizó hasta tal punto la lógica de la innovación que no resulta ilegítimo reconocer en ella una figura particular, menos radical pero, con todo, significativa del dispositivo original que apareció en Europa: la vanguardia.

Mientras Worth recoge sus frutos, son decenas de casas organizadas que ven la luz con base en los mismos principios: en la exposición de 1900 se presentan veinte casas de

¹⁶⁸ *Ibidem*.

Alta Costura, entre ellas Worth, Rouff (fundada en 1884), Paquin (1891), Callot Hermanas (1896). Doucet, que más tarde empleará a Poiret, abre sus puertas en 1880, Lanvin en 1909, Chanel y Patou en 1919.

Estas casas, a menudo de renombre, dan trabajo, según su importancia, a un número de empleados que oscila entre cien y dos mil, pero su peso en la economía nacional manifiestamente carece de relación con la dimensión de su efectivo.

Durante este período, realmente de prosperidad excepcional antes de la gran depresión que afectará a la Alta Costura, esta última representaba por sí sola un tercio de las ventas de exportación en materia de indumentaria¹⁶⁹. En conjunto, las ventas de Alta Costura representaban alrededor de un quince por ciento de la exportación global francesa¹⁷⁰. Fundada a mediados del siglo XIX, hasta principios del siglo siguiente la Alta Costura no adoptará el ritmo de creación que se le conoce aún en la actualidad. Inicialmente no había colecciones a fecha fija. Los modelos se creaban durante todo el año variando solamente en función de las estaciones; tampoco había desfiles de moda organizados, que aparecen en los años 1908 y 1910 para convertirse en verdaderos espectáculos presentados a una hora fija, la primera de la tarde, en los salones de las grandes casas.

Por otra parte, tras la Primera Guerra Mundial, a medida que las adquisiciones de modelos por parte de los compradores profesionales extranjeros se multiplicaban, las presentaciones de colecciones en cada temporada empezaron a organizarse en fechas prácticamente fijas. Desde entonces cada casa importante presentaba en París dos veces por año -final de enero y principios de agosto- sus creaciones de invierno y verano, bajo la presión de los compradores extranjeros, y las de primavera y otoño (media

¹⁶⁹ Philippe Simón, *Monographie d'une industrie de luxe: la haute couture*, París, 1931, pág. 102.

¹⁷⁰ Jean-Charles Worth, *A propos de la mode*, *La Revue de Paris*, 15 de mayo de 1930.

temporada) en abril y noviembre. Las colecciones, que se presentaban primero a los comisionistas extranjeros (sobre todo americanos y europeos), se pasaban dos o tres semanas después ante los clientes particulares. Los profesionales extranjeros compraban los modelos que elegían junto con el derecho de reproducirlos en serie en su país. Dotados de los modelos y las fichas de referencia que les proporcionaban las indicaciones necesarias para la reproducción de los vestidos, los confeccionistas, a excepción de los franceses, que no tenían acceso inmediato a las novedades de la temporada por razones evidentes de exclusividad podían reproducir, simplificándolas, las creaciones parisinas.

Muy rápidamente, en pocas semanas, la clientela extranjera podía vestirse al último grito de la Alta Costura a precios accesibles, incluso muy bajos según la categoría de confección¹⁷¹. De manera que la Alta Costura, al contrario de lo que a veces se cree, más que acelerar la moda la regularizó. En efecto, los rápidos cambios de moda no son contemporáneos de la Alta Costura, la precedieron en casi un siglo: ya a finales del Antiguo Régimen en Europa, la moda adquirió un ritmo desenfrenado, casi como el actual. Pero esa velocidad fue hasta entonces aleatoria, impulsada de forma dispersa por tal o cual árbitro variable de la elegancia. Por el contrario, con la era de la Alta Costura se da por primera vez una institucionalización u orquestación del cambio: en lo esencial la moda se vuelve bianual, las medias temporadas no hacen más que anunciar los signos precursores de la moda siguiente. En lugar de una lógica fortuita de la innovación se instaaura una normalización del cambio de moda, una renovación imperativa efectuada a fecha fija por un grupo especializado. La Alta Costura disciplinó la moda desde el momento en que inició un proceso de innovación y fantasía creativa sin precedentes¹⁷².

¹⁷¹ Ibidem.

¹⁷² Lipovetsky, Gilles. *El Imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona. Anagrama. 1990. Pág.80.

Fenómeno que por otro lado, tiene concordancias con el arte moderno y sus pioneros, concentrados en París y ordenando un estilo expurgado de caracteres nacionales. El hecho no es absolutamente nuevo: a partir del siglo XVII, Francia se impuso cada vez más como faro de la moda en Europa, y la práctica de las “muñecas de moda”, esas primeras embajadoras de la moda, que llega a ser corriente en el siglo XVIII, revela a un tiempo la tendencia a la unificación de la indumentaria europea y el polo de atracción de París.

No obstante, durante todo ese tiempo el arreglo personal nunca dejó de presentar determinados rasgos propios de los diferentes países: a semejanza de la pintura, la moda mantuvo un carácter nacional. Por el contrario la Alta Costura, secundada por la confección, permitió a la moda desprenderse de la impronta nacional no subsistiendo más que el modelo y su copia en serie, idéntica en todos los países. La moda moderna, bajo la lujosa autoridad de la Alta Costura, apareció como la primera manifestación de un consumo de masas; homogénea, estandarizada, indiferente a las fronteras. Bajo la égida parisina de la Alta Costura tuvo lugar una uniformización mundial de la moda, homogeneización en el espacio que tuvo como contrapartida una diversificación en el tiempo vinculada a los ciclos regulares de las colecciones de temporada¹⁷³.

Centralización, internacionalización y, paralelamente, *democratización* de la moda. El desarrollo de la confección industrial por una parte y el de las comunicaciones de masa por otra, así como la dinámica de los estilos de vida y de los valores modernos, supusieron no solamente la desaparición de los múltiples trajes regionales y folklóricos sino también la atenuación de las diferencias heterogéneas en la indumentaria de las

¹⁷³ Lipovetsky, Gilles. *El Imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona. Anagrama. 1990. Pág.79.

diferentes clases, en beneficio de un atavío más acorde con los gustos en vigor, para capas sociales cada vez más amplias.

El fenómeno más destacable es que la Alta Costura, industria de lujo por excelencia, contribuyó a ordenar esa democratización de la moda. A partir de 1920, con la simplificación del vestido femenino de la que Chanel es de alguna manera el símbolo, la moda se vuelve menos inaccesible puesto que es más fácilmente imitable: ineluctablemente se reducen las diferencias de aspecto. Desde el momento en que la ostentación del lujo se convirtió en signo de mal gusto y la verdadera elegancia requirió discreción y ausencia de pompa, la moda femenina entró en la era de la apariencia democrática. En 1931 la periodista Janet Flanner escribía en el *New Yorker*, a propósito de Chanel:

*Chanel ha lanzado el "género pobre", ha introducido en el Ritz el tricot del apache, ha convertido en elegantes el cuello y los puños de la camarera, ha utilizado el fular del jornalero y ha vestido a las reinas con monos de mecánicos*¹⁷⁴.

Por supuesto, diferencias de aspecto muy claras siguieron distinguiendo a las diferentes clases, pero el hecho más importante reside en que el lujo indumentario dejó de ser un imperativo de ostentación, sólo legítimo en cuanto difuminado e invisible; una cierta simplicidad impersonal, aparentemente estandarizable, consiguió imponerse en la escena de la elegancia femenina¹⁷⁵. He aquí el *Ford* firmado por Chanel, concluía en 1926 la edición americana de *Vogue* refiriéndose a un vestido negro, austero, de manga

¹⁷⁴ Información obtenida. [Http://www.newyorker.com/magazine/1931/03/14/31-rue-cambon-2](http://www.newyorker.com/magazine/1931/03/14/31-rue-cambon-2)

¹⁷⁵ Lipovetsky, Gilles. *El Imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona. Anagrama. 1990. Pág.80.

larga. En las antípodas del énfasis aristocrático, el estilo moderno democrático se encarnará en las líneas refinadas y ligeras, en los uniformes ostentosamente discretos.

Si la primera revolución en la apariencia femenina moderna reside en la supresión del *Corsé* por Poiret en 1909-1910, la segunda, sin ninguna duda mucho más radical, se sitúa en los años veinte bajo el impulso de Chanel y de Patou¹⁷⁶. Paul Poiret marginó el *Corsé* y otorgó una nueva ligereza al aspecto femenino, pero siguió fiel al gusto por el adorno sofisticado, a la suntuosidad tradicional del vestido.

Por el contrario, Chanel y Patou repudiaron el lujo extravagante, despojaron a las mujeres de lacitos, volantes y perifollos: en adelante se llevarían los vestidos tubo, cortos y sencillos, sombreros de campana, pantalones y jerséis¹⁷⁷. Chanel vestirá a las mujeres del gran mundo con trajes sastre de punto, con *pullover* gris, negro o beige. Patou creará jerséis de motivos geométricos y faldas rectas plisadas. En lo sucesivo lo chic es no parecer rico. Lo que para los hombres se manifiesta en el siglo XIX con la estética de Brummell, gana de otro modo el universo femenino; la exhibición deslumbrante se eclipsa en beneficio de la estética democrática de la pureza, la sobriedad y la comodidad.

¹⁷⁶ Lipovetsky, Gilles. *El Imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona. Anagrama. 1990. Pág.86.

¹⁷⁷ *Ibidem*.

1.2.7.5. MARIANO FORTUNY.

La obra de Mariano Fortuny y Madrazo, debemos situarla, dentro de los trabajos de los artistas de fin de siglo XIX, concretamente en el último cuarto de siglo, hasta comienzos de la Primera Guerra Mundial. Todas las sociedades en proceso de transformación favorecen la existencia de artistas educados en la tradición y no queriendo romper con ella, no obstante, al aceptar su propio momento histórico se debaten entre el pasado y el presente¹⁷⁸. Fortuny nace en Granada en 1871, hijo de Mariano Fortuny y Marsal, artista de reconocido prestigio. Vivió en las grandes capitales europeas, lugares más que idóneos, para asimilar, todo lo que estas ciudades ofrecían. Su sensibilidad se desarrolla en un entorno lleno de objetos bellos, pues, sus padres eran asiduos coleccionistas de antigüedades, la familia estaba inserta en un círculo artístico formado alrededor de la figura de su padre, muestra de ello es la pintura *Jardín de la casa Fortuny y Almuerzo en la Alhambra*.



Figura 3. Jardín de la casa Fortuny y Almuerzo en la Alhambra.

¹⁷⁸ Casablanca, Luis. La moda como disciplina artística en España. Jesús del Pozo y la generación de los nuevos creadores. Universidad de Granada. Pág. 219.

Su infancia transcurrió rodeada de artistas, críticos, marchantes, en un ambiente de pintores. Cuando su padre de forma imprevista fallece en Roma en 1874, su vida cambia radicalmente. La obra de su padre es la que tiene mayor influencia en la vida de Fortuny, también tuvo una relación especial con Benjamin Constant y frecuentaba a pintores conocidos como Paul Braudry, Enmanuel Frémiet o Tissot. Aunque la corriente pictórica del momento es el impresionismo, él se decantará por el simbolismo.

El simbolismo que le interesaba a Fortuny es el que proclama ver que el universo visible no es más que un vivero de imágenes y de símbolos a los que la imaginación concede un valor y un lugar relativo, una especie de materia que la imaginación puede transformar. Baudelaire, James Joyce, Marcel Proust, John Ruskin y Richard Wagner serán las fuentes de su posterior trabajo y un culto acentuado por la belleza.

Fortuny se interesa por el estudio de la física y aprende todo lo referente a la electricidad, en este sentido participa de la escuela de John Ruskin; la figura del artista artesano que quiere conocer todo el procedimiento y la realización técnica de cualquier invento. Participará personalmente en la elaboración artesanal de sus creaciones. Muestra de ello son las creaciones de sus tintes, la elaboración de la Cúpula Fortuny, la estampación de las sedas y terciopelos, la creación de la lámpara Fortuny¹⁷⁹.

Con la entrada del siglo XX, se inicia uno de los periodos profesionales más florecientes en la obra de Fortuny. La actividad como diseñador textil moda se inicia asociada con su trabajo en el teatro. En 1901, realiza por encargo de Gabriel D'Annunzio los figurines para Francesca de Rimini.

¹⁷⁹ Casablanca, Luis. Tesis doctoral. La moda como disciplina artística en España. Jesús del Pozo y la generación de los nuevos creadores. Universidad de Granada. 2007.

En 1907, Mariano acompañado de su mujer hace un viaje a Grecia, donde puede admirar ciertos fragmentos de antiguos estampados griegos, esto le sirve para montar a su regreso en el Palacio de Orfei en Venecia, un pequeño taller de impresión de telas, para entonces ya había diseñado un velo de seda, al que llamó *Knossos*, con los que vistió a las bailarinas de la ópera de París. Los motivos de este velo estaban inspirados en el arte cretense¹⁸⁰. Se alternaban formas vegetales, entre meandros abiertos, espirales, rosetas, palmas, lirios, etcétera.



Figura 4. *Knossos* de Mariano Fortuny de 1907.

Fortuny saca su inspiración de los tejidos del estilo pictórico de influencia greco romana, del arte bizantino, del arte islámico y del arte musulmán. El recuerdo de

¹⁸⁰ *Ibidem*.

Granada está siempre presente en el arte de Mariano. Poseía una importante colección gráfica del más variado repertorio del arte. Era poseedor de una cultura riquísima.

Con el final de la Primera Guerra Mundial y la firma del tratado de Versalles, se abre un período de prosperidad en Europa, es el momento que elige Fortuny para instalar, en 1919, una fábrica de tejidos estampados, en un antiguo local convento de la isla veneciana de Guidecca. Las telas Fortuny se ponen inmediatamente de moda, abre en el Palacio de Orfei, un pequeño salón para la exposición y venta. Sus exquisitos productos van dirigidos a un público minoritario, aristocrático. Consciente de ello, Fortuny es muy celoso de la difusión exclusiva de sus modelos.

En 1920 inaugura su propia tienda en el número 67 de la Rue Pierre Charron de París, muy cerca de la *boutique* del gran modisto Paul Poiret, a quien veremos más adelante. Ambos compartían gusto por el orientalismo y la revolución de las formas¹⁸¹. Fortuny al igual que Poiret, soltó el talle de la mujer, perfiló naturalmente el busto y la silueta, a cambio prefirieron estar sus piernas, la figura femenina tendrá un cierto aire de sirena. Poiret lo llamaría *entravée*, al mismo tiempo Gustav Klimt con las hermanas Flöge en Viena liberan a la mujer con su *vestido reforma*.

El modelo en que se inspira Fortuny para crear el *Delphos*, es el *chitón* griego, túnica rectangular. Los botones que empleo eran piedras de cristal fabricadas en exclusiva para Fortuny en los talleres de la isla de Murano.

Los vestidos fueron concebidos como una obra de arte, de manera artesanal, diseñándose siempre sobre formas geométricas simples. Fortuny y su mujer Henriette cosían, tintaban y estampaban las telas. El *Delphos* se repetirá igual durante años con

¹⁸¹ Ibidem.

muy pocas variaciones, se comercializará solo en tiendas Fortuny, presentándose a la venta, retorcidos y arrugados en pequeñas cajas de sombreros.



Figura 5. Vestido *Delphos* de Mariano Fortuny

Marcel Proust será el autor que más brillantemente analice los trajes de Fortuny. Su novela *En busca del tiempo perdido*, contiene más de veinte referencias a los vestidos del artista español¹⁸². Además de diseñar el emblemático *Delphos*, la seducción de los Ballets Rusos de Sergei Diaghilev lo llevó a crear nuevos vestidos inspirados en el

¹⁸² Greffulhe, Elisabeht. La musa de Proust. Artículo publicado en El País. Noviembre 2015.

mundo oriental, donde se encuentran unos modelos de abrigos, tipo albornoz, cortados a modo de manta, originarios del norte de África y muy usados por los moriscos españoles. Junto a estos abrigos diseñó numerosos vestidos largos, además de *Kaftanes* de origen turco, sencillas túnicas de seda, chaquetas tipo *dolman* turco y kimonos japoneses. Todos estos diseños obedecen a la influencia oriental en las colecciones Fortuny, sin dejar de lado las prendas de corte renacentista. Su pasión por el Renacimiento le llevó a diseñar suntuosas piezas estampadas con flores de cardo y granadas, con piñas, con troncos ondulantes recubiertos de hojas, flores y frutas, con palmetas polilobuladas, con grutescos, con cordones de trenzas de doble nudo, con tiras de pergaminos retorcidos y ajedrezados, con guirnaldas de flores, con acantos ligados a vasos ornamentales, a jarrones y ánforas, a leones, a pájaros, a dragones..., de acuerdo con todas las tipologías decorativas posibles en los siglos XV y XVI¹⁸³.

Dentro de la colección de inspiraciones orientales se aprecia el minimalismo de las formas, lo atemporal de sus cortes, la falta de rigidez en sus estructuras, el uso de materiales nobles, la ausencia de ornamentos y la audacia de su colorido, motivo por el cual sin dudarlo acerca al valor de pieza única e irrepetible¹⁸⁴.

El mismo diseñador se dedicaría a fotografiar a sus modelos luciendo sus trajes; pintó a su mujer ataviada con el velo *Knossos*, sin olvidar a sus ilustres portadoras de sus trajes como Isadora Duncan, Natacha Rambova o Eleonora Duse¹⁸⁵.

Sus modelos no sólo aparecían en la prensa del momento, sino fueron descritos por autores como Marcel Proust, Gabrielle D'Annunzio, y Hartley, entre otros. Fortuny no fue un modisto sino un artista que creó trajes sin pensar en la clientela, las temporadas,

¹⁸³ Nicolás Martínez, María del Mar. Mariano Fortuny y Madrazo. Vestidos y Tejidos de la colección del Museo del Traje.

¹⁸⁴ Casablanca, Luis. La moda como disciplina artística en España. Jesús del Pozo y la generación de los nuevos creadores. Pág. 225.

¹⁸⁵ Nicolás Martínez, María del Mar. Mariano Fortuny y Madrazo. Vestidos y Tejidos de la colección del Museo del Traje.

las revistas o el comercio de moda. Quizás involuntariamente, Fortuny contribuyó a crear un vestido intemporal, clásico, ajeno a la moda. El éxito de ventas obtenido le anima a abrir otros establecimientos en régimen de franquicia en Roma, Génova, Turín, Zúrich, Londres y Madrid. En 1923, sus piezas fueron introducidas en América por Ralph Sanger y James Curtis.

En España sus creaciones fueron dadas a conocer por María de Cardona, amiga de Fortuny y dama de honor de la princesa doña Berta de Rouan, esposa del príncipe Don Carlos, pretendiente carlista al trono de España. El Palacio de los Duques de Medinaceli fue acondicionado con telas del artista¹⁸⁶.

Poseer un traje Fortuny o decorar la casa con telas del diseñador se convierte en signo de distinción entre los miembros de la aristocracia internacional. Para Fortuny no hay barreras entre las Artes Decorativas y las Bellas Artes, entre las artes mayores y menores, entre arte, técnica y el trabajo artesanal.

Él quiere hacer las cosas desde el principio hasta el final, desde la materia prima al producto artístico. Así produce los pigmentos de sus cuadros, ingenia sus propias técnicas para grabar, fabrica sus propios muebles, encuaderna sus libros, estampa sus telas, según procedimientos secretos. En 1922 España inaugura por primera vez el Pabellón Oficial en la XIII Edición de la Exposición Internacional de Arte de la ciudad de Venecia, se le encarga a Fortuny la decoración del edificio, el éxito obtenido llevó a las autoridades a nombrarlo Comisario Organizar del Pabellón Español¹⁸⁷.

La obra de Fortuny está presente en diseñadores como Givenchy, Marc McFadden o Karl Lagerfeld, pero es sin duda, Issey Miyake, el que más genialmente ha interpretado

¹⁸⁶ Nicolás Martínez, María del Mar. Mariano Fortuny y Madrazo. Entre la modernidad y la tradición. Madrid. Fundación Universitaria Española. Pág. 43. 2001.

¹⁸⁷ Casablanca, Luis. La moda como disciplina artística en España. Jesús del Pozo y la generación de los nuevos creadores. Pág. 225.

el *Delphos* y su plisado en un lenguaje contemporáneo y experimental, con su colección *Pleats Please* de 1990. Miyake trabaja con el mismo afán que Fortuny; hacer del vestido algo imperecedero, destinado a cambiar el concepto de una obra de arte.



Figura 6. *Pleats Please* de Miyake de 1990.

1.2.7.6. LA CASA LOEWE

Fundada, en 1846 por un alemán afincado en Madrid, Loewe se convirtió rápidamente en sinónimo de lujo. Pese a que nació con vocación internacional y aunque desde 1995 pertenece a la gran multinacional del lujo LVMH, sus diseños se nutren de la cultura española: desde los bolsos inspirados en Gaudí a frascos de perfume que simulan a una menina. Tradición, pasión por la calidad y un saber hacer artesanal han sido los distintivos de la firma Loewe.



Figura 7. Bolso Gaudí, con motivo de la celebración del Año Internacional Gaudí 2002, esta centenaria casa se ha unido a las celebraciones que se están organizando en homenaje al arquitecto catalán. Como patrocinador de todos los eventos relacionados con el año Gaudí 2002, Loewe, además, ha creado una colección especial de accesorios denominada 'Homenaje a Gaudí' e inspirada en la particular concepción del espacio y de la luz de este artista. Esta colección se compone de tres bolsos de piel inspirados en la cerámica modernista catalana (parecida a un mosaico), y un bolso de cocodrilo pintado a mano. Estas piezas se completan con una línea de pañuelos y corbatas de seda, en las que han sido interpretadas las formas y colores de *La Pedrera*, la famosa casa gaudiana en el barcelonés Paseo de Gracia.



Figura 8. El aroma de una pequeña obra de arte inspirada en *Las Meninas* de Velázquez. Perfume creado por Loewe en 1991.

De talante emprendedor, el bisabuelo de la saga Loewe, que agrupó talleres e introdujo el concepto de fábrica, nació en 1844 en la ciudad alemana de Kassel. Gracias a los encargos de la noble clientela, entre los que destacan los pedidos del Duque de Osuna, el taller fue ganando nombre. En 1905 Loewe fue distinguida como Proveedor de la Casa Real por Alfonso XIII y Victoria Eugenia de Battenberg, quienes eran clientes habituales¹⁸⁸.

La querencia por lo exótico reflejada en las telas de Fortuny o en los bailes de Mata Hari, no afectó a Loewe, quien continuó afianzado en su clasicismo. Este aval y su producción excelente, contribuyó al crecimiento de la empresa y aumentó la notoriedad de marca. Los resultados económicos permitieron la ampliación del negocio con dos nuevas tiendas en el año 1910 en la ciudad de Barcelona¹⁸⁹.

En 1945 el diseñador Pérez de Rozas creó modelos de bolsos en *boxcalf* (becerro), que pronto se convierten en los grandes clásicos de la firma. En 1959 Loewe inauguró una tienda en la calle Serrano de Madrid, que modificó por completo el estereotipo de los establecimientos de artículos de lujo. Ya en 1960, Enrique Loewe Lynch impulsó el

¹⁸⁸ Información obtenida de la Fundación Loewe. Historia.

¹⁸⁹ Ibidem

Prêt-à-porter para mujer, contando con diseñadores de la talla de Karl Lagerfeld y Laura Biagiotti. En 1963 empezó la expansión internacional de Loewe con la apertura de una tienda en Londres. La llegada de las producciones cinematográficas a España tendrá una especial relevancia para la difusión de la Casa. Personalidades destacadas como Ava Gardner, Marlene Dietrich, Rita Hayworth, Sophia Loren y el escritor Ernest Hemingway se enamoraron de Loewe.

Con la década de 1970, Loewe se adentra en la moda *Prêt-à-porter* femenina de creación propia, y diseña sus primeros pañuelos. Ese mismo año Vicente Vela crea el mítico anagrama de Loewe. El primer perfume de la marca llegaría en 1972, con el nombre de L de Loewe. Un año después Loewe abre su primera tienda en Japón, y con ello comienza su fuerte expansión en Asia. En 1987 Loewe llega a un acuerdo con el grupo de artículos de lujo LVMH para reforzar la expansión internacional de la firma.

Son años de consolidación absoluta de una firma con solera, que en 1988 crea la Fundación Loewe, impulsada por Enrique Loewe, que entrega anualmente su Premio Internacional de Poesía¹⁹⁰. Se constituye en febrero de 1988 como fundación cultural privada, bajo el protectorado del Ministerio de Cultura, con la intención de sistematizar e institucionalizar la larga tradición de Loewe en el apoyo a la cultura. El respaldo a la música, la poesía y el diseño, con un carácter pedagógico y dirigido preferentemente a los jóvenes, fueron los fines previstos en sus estatutos. Se marcaba como prioritario el estímulo de la creatividad en la orientación de sus actividades¹⁹¹.

¹⁹⁰ Finetto, Fabiana. Artículo Loewe, la historia de la marca de moda que representa el lujo en España publicado en <http://bcncoolhunter.com/2013/01/loewe-historia-marca-moda-lujo-espana/2013>.

¹⁹¹ *Ibidem*.

1.2.8. SIGLO XX.

El período comprendido entre principios del siglo XX y el estallido de la Primera Guerra Mundial se suele conocer en Inglaterra como el período Eduardiano, aunque en realidad el rey muriera en 1910. En Francia se le denominó la Belle époque, dando un ligero salto hacia atrás al incluir también la segunda mitad de la década de los noventa. En ambos países había un ambiente muy similar, era una época de gran ostentación y extravagancia¹⁹².

Fue en esta época cuando las grandes potencias europeas alcanzaron su máxima influencia y poder a nivel mundial, lo cual se ve reflejado en el hecho que, tras el reparto de África, prácticamente todos los imperios coloniales europeos estaban sólidamente definidos (y sojuzgados) antes de 1914. Durante la Belle Époque, el imperialismo era considerado una política de estado aceptable, válido para los políticos europeos y para grandes sectores de la población. El imperialismo era justificado en tanto se le consideraba como generador de valiosas fuentes de materia prima, así como de nuevos mercados para la creciente producción industrial, lo cual era crucial para países europeos carentes de materias primas y con mercados internos ya bastante explotados. La tendencia general en la gente de esta época era optimista y ambiciosa respecto al porvenir, gracias a las innovaciones tecnológicas que se difundieron masivamente. El positivismo (defiende la fe en la ciencia) y el cientifismo (que proclama que la ciencia lo explica todo) hicieron su aparición y empezaron a ganar abiertamente adeptos entre los intelectuales¹⁹³.

La Belle Époque se hizo notar sobre todo en la arquitectura de los *boulevards* de las capitales europeas, en los cafés y los cabarets, en los talleres y galerías de arte, en las

¹⁹² Hobsbawm, Eric. J. Industria e Imperio. Traducción Gonzalo Pontón. Editorial Ariel.

¹⁹³ Ana Ballester. Artículo La belle époque. Publicado en su blog: <http://literaturauniversal-ana.blogspot.com.es/2014/05/la-belle-epoque.html>

salas de conciertos y en los salones frecuentados por una burguesía y unas clases medias. La antigua aristocracia europea aún conservó una gran influencia política; no obstante, con el auge del capitalismo a gran escala, los aristócratas debieron compartir por vez primera diversos privilegios junto a una burguesía ambiciosa y mucho más adinerada que en el pasado, la cual exigía (y muchas veces obtenía) una participación importante en las decisiones políticas gracias a su poderío financiero. En los países que no contaban con esta clase de aristocracia, pero estaban influidos por Europa (como Estados Unidos o Latinoamérica), fueron las respectivas oligarquías (basadas en la industrialización o en la producción de materias primas) quienes empezaron a imponer su poder dentro de la política nacional, por encima de élites tradicionales o caudillos militares.

En Inglaterra, la sociedad y la corte, que habían estado siempre uno junto a otra pero sin mezclarse apenas, empezaban ahora a coincidir y el mismo rey daba prueba de ello. Hubo una avalancha de bailes, cenas y fiestas en casas de campo. Se gastaba más dinero en ropa, se consumía más comida, se montaba más a caballo, se cometían más infidelidades, se trasnochaba más que nunca, etc.

La moda, como siempre, reflejaba la época, y, ahora, mostraba, al igual que el rey, su preferencia por las mujeres maduras, imperturbables y dominantes, con busto bastante prominente. La falda iba ajustada a las caderas y se ensanchaba en forma de campana. El cuerpo se llenaba de cascadas de encaje. Los peinados se llevaban muy altos, por encima de la cabeza y con sombreros aplastados en forma de torta. Otra característica de este período es que las mujeres empezaron a llevar traje sastre. Los hombres en ocasiones requerían etiqueta, iban con sombrero de copa y *Redingote*¹⁹⁴. La silueta

¹⁹⁴ Es el nombre de una prenda de abrigo intermedio entre la capa y el abrigo, es decir un capote abrochado por delante y que se deja abierto en la part inferior. El término proviene de la alteración de la locución original de la

femenina empezó a modificarse ligeramente en 1908. El busto ya no se echaba tanto hacia delante ni las caderas tanto hacia atrás. En 1910 se produjo un cambio fundamental en el atuendo femenino. Se ha discutido mucho sobre quién lo provocó; pero lo que está claro es que tanto el Ballet Ruso como Paul Poiret jugaron un papel muy claro en este cambio.

1.2.8.1 .PAUL POIRET

Según la historiadora Lourdes Cerrojo, uno de los caminos mejor trazados nace en el París burgués del Segundo Imperio y en las transformaciones urbanísticas llevadas a cabo durante el periodo Haussman (1853-1869) que, llegarán a convertir a la capital de Francia en una ciudad de belleza extraordinaria. Sus nuevos bulevares, parques, cafés, teatros, serán inmediatamente motivo de inspiración principal para escritores, pintores, fotógrafos, periodistas, tematizando a través de sus obras la moderna vida urbana. Reflejo de una riqueza metropolitana inédita, la imagen del nuevo París ejercerá una poderosísima atracción sobre jóvenes artistas y profesionales de todo el mundo, que viajan a la ciudad para participar de sus novedades y probar fortuna¹⁹⁵. Surgen así los barrios de Montmartre y Montparnasse, propicios a la creatividad y las amplias avenidas dedicadas a las industrias de lujo, siendo la Rue de la Paix, junto a la Place Vendôme, la “Montparnasse” de la Moda. Uno de los primeros en instalarse en ella, en 1857, fue el sastre inglés Charles Frederick Worth (1825-1895), a quien corresponde haber cambiado por completo los hábitos de la costura, dando paso a la figura del modisto¹⁹⁶.

lengua inglesa *riding cote* (literalmente, abrigo para cabalgar o, más probablemente, *raining coat*, o sea abrigo para la lluvia).

¹⁹⁵ La bibliografía sobre este momento estelar es particularmente extensa, remitiéndonos solamente a la relacionada con la pintura Impresionista que, pondrá imagen a todas estas transformaciones. BLUNDEN, M y G. 1977. Diario del Impresionismo. Barcelona y HERBER, R.L.1989. El Impresionismo. Arte, Ocio y Sociedad. Madrid.

¹⁹⁶ Cosgrave, Bronwyn. 2005. Historia de la moda. Desde Egipto hasta nuestros días. Barcelona, pàgs.196-200.

La distinción teórica de la que era objeto la moda, del mismo modo que el resto de las llamadas artes aplicadas¹⁹⁷, propició el acercamiento de mundos hasta entonces marcadamente diferenciados, conectando al modisto con la todavía sacralizada figura del artista-creador, regidor de las bellas artes. Esta posición será inaugurada por el francés Paul Poiret (1879-1944) cuya fabulosa biografía y genio proteico¹⁹⁸ configuran la mítica del nuevo profesional. Porque si Worth había alcanzado, en el siglo XIX la autonomía del modisto, Poiret logrará en el siglo XX la de la moda, conquistando para ella un territorio que él mismo se encarga de explorar e ir definiendo mediante diferentes coordenadas¹⁹⁹. El pensamiento del cuerpo y sus relaciones con el vestido, la pasión por la belleza y su expresión en todas las artes, el decidido empeño en revelar su tiempo a través de su obra, fundamentarán esta autonomía y los principales logros del artista.

El interés de Poiret por el mundo del arte fue paralelo al que sintió por la costura, iniciándose en estas dos curiosidades y aficiones en la infancia. Sin duda el medio familiar, sus padres poseían un comercio de tejidos en el centro de París determinó su vocación, aunque, paradójicamente, la temprana quiebra de sus negocios, le dejará tiempo para dedicarse intensamente a la pintura. Educado en un prestigioso colegio parisino, donde adquirió conocimientos en lenguas clásicas y orientales, su trabajo junto al modisto Jacques Doucet (1853-1929) reputado coleccionista, experto en poesía y mecenas de la vanguardia le ofreció la posibilidad de ampliar considerablemente su bagaje cultural. Doucet, será siempre un modelo para Poiret, cuya sólida formación se

¹⁹⁷ Corresponde a los socialistas utópicos ingleses John Ruskin (1819-1900) y William Morris (1834- 1896) haber iniciado una nivelación más adecuada entre las bellas artes y las artes aplicadas, gracias al movimiento “Arts and Crafts”. Introduciendo una corriente creativa que atravesará la cultura artística del siglo XX. DUNCAN, Alastair.1995. El Art Nouveau. Barcelona y SEMBACH, Klaus-Jürgen.1993. Modernismo. La utopía de la reconciliación. Bonn.

¹⁹⁸ Baudot, Françoise. (1997). *Poiret*. Paris, Pág.5. Este autor ofrece una interesante síntesis de la vida y obra de Poiret, siendo más pormenorizado en datos biográficos y fuentes documentales el libro de Palmer WHITE. 1986. *Poiret le magnifique. Le destin d'un grand couturier*. Paris. DESLANDRES. Yvonne. 1987. *Poiret. Paul Poiret 1879-1944*. London. Incluye un amplio catálogo y reproducción fotográfica de las creaciones de Poiret.

¹⁹⁹ Cerrijo Rubio, Lourdes. Poiret y el Art Decó. *Anales de Historia del Arte* 2008. Volumen Extraordinario 513-525.

aprecia en el refinamiento de la correspondencia que mantiene con su futura esposa Denis, trufada de citas de Baudelaire²⁰⁰ y en su libro *Vistiendo la época*. La cultura no se improvisa advertirá en él, por eso un creador debe estar siempre enriqueciéndola con lecturas, viajes, visitas a museos, pensamientos²⁰¹. Esta vertiente marcadamente intelectual de la personalidad de Poiret, capaz de producir nuevas ideas y su temperamento vitalista, fueron los motores de una serie de cambios sin precedentes en la Alta Costura, poniendo las bases de lo que un siglo después conforma el “universo de la moda”. En 1903 se independizaba, comenzando una carrera en la que pronto destronará a Worth y Doucet, consecuencia de una mentalidad más avanzada que la de sus maestros. Poseedor de una visión propia de la costura, sabrá aprovechar los avances científicos, tecnológicos y advertir las necesidades de una clientela de extracción artística, profesional, cosmopolita. De tal manera que, en apenas diez años la sucesión de novedades presentadas le proporcionarán un éxito absoluto. Dos objetivos centraron esta década interrumpida por la Primera Guerra Mundial, alcanzar la fama de sus maestros, para lo cual pondrá en marcha toda una serie de originales recursos y mantenerse al corriente de cualquier innovación, cuyo resultado más inmediato será la expansión de la moda al mundo de la decoración. Desde el primer momento concedió suma importancia a la presentación y difusión de su moda, por eso los amplios escaparates de la calle Auber, su iluminación y decoración estacional, se vieron pronto sustituidos por la residencia cortesana de Faubourg Saint-Honoré, transformada por el arquitecto Louis Süe (1875-1968) en suntuosa casa de modas y vivienda privada del modisto. Los salones, escalinatas, jardines, fueron escenarios idóneos para sus fiestas y desfiles²⁰², y la incipiente colección de obras de arte²⁰³ servirá de marco inusual para

²⁰⁰ Paul Poiret en WHITE, Palmer. Opus cit, pág.67.

²⁰¹ Poiret, Paul. (1989). *Vistiendo la época*. Barcelona, pág.116.

²⁰² Sachs, Maurice. (2001). *París canalla*. Madrid, pág.151 “*El local más divertido, más bonito de París, es el Oasis de Paul Poiret, un teatro instalado en su mansión de los Campos Elíseos*”.

vanguardistas fotografías de moda, llevadas a cabo por Man Ray (1890-1976). Con anterioridad había ensayado maneras tan exclusivas como la publicación de catálogos ilustrados²⁰⁴ y la edición del perfume *Rosine*, producido y comercializado en establecimientos propios.



Figura 9. Perfume *Rosine* de Paul Poiret.

Finalmente, los viajes de promoción con sus modelos, las numerosas conferencias impartidas por las principales capitales europeas y americanas, contribuyeron a crear la primera imagen de marca rápidamente imitada, incluso en su distintivo inicial -la letra P bordada- ahora exterior.

Por otra parte, el contacto con centros creativos tan relevantes como Viena, Berlín, Munich, Bruselas, Londres, le dará nuevos ánimos para poner en marcha empresas tan atractivas como aventuradas. En este sentido, la creación en 1911 de la escuela de diseño y taller de decoración “Martine” fue toda una lección de mecenazgo artístico, en la que Poiret empeñó su futuro para expresar su estilo.

²⁰³ Daix, Pierre. (2002). *Historia cultural del Arte Moderno*. Madrid, pág.80. Menciona obras de Matisse, Picasso, Van Dongen, Brancusi, Derain, Modigliani, Segonzac, esculturas chinas y bronce pompeyanos en la colección de Paul Poiret.

²⁰⁴ Reeditadas parcialmente por Thornton, Nicolle.1997. Poiret. All colour paper Backs. London.

También en este periodo hubo una clara ola de orientalismo, seguida de un extraordinario entusiasmo por la representación de obras como *Cleopatra*, *Scheherazade*, *El pájaro de fuego* o *La consagración de la primavera* fueron un auténtico fenómeno cultural y social, gracias a la calidad de la música de *Los cinco*; especialmente Rymsky Korsakov y Stravinsky, al virtuosísimo de la danza de Fokine y Nijinsky y al nuevo decorado y vestuario del pintor León Bakst²⁰⁵. Su arte misterioso, sensual, colorista, bellísimo en opinión de Marcel Proust (1871-1922) será una fuerte referencia para la moda y decoración de interiores²⁰⁶. Poiret, había introducido esta tendencia orientalista unos años antes en vestidos inspirados en *Kaftanes*, abrigos envolventes basados en el diseño de kimonos japoneses, pantalones holgados, tipo harén, faldas trabadas, o de medio paso, faldellines con ahuecadores exteriores y un harén. Los colores eran llamativos, incluso chillones y la sociedad los adoptó con entusiasmo, abandonando los antiguos rosas pálidos. Los rígidos corpiños y las faldas acampanadas fueron reemplazados por una ropa más suave. Parece como si todas las mujeres y esto ocurría el mismo año de las manifestaciones sufragistas estuviesen decididas a parecer esclavas en un harén oriental. Algunas de ellas llegaron a llevar pequeños pantalones “harén”. La silueta cambia, los botones ahora son el adorno favorito, los cuellos cambian a la forma de V, empezaban a prosperar los diseñadores...

²⁰⁵ Creador y visionario extraordinario. Sus escenografías y exóticos vestidos nacieron para revolucionar el arte. Sus trajes eran diseñados para mostrar una nueva manera de sentir la danza, la música y la expresión del artista dentro y fuera de la escena. Llegó a ser una personalidad conocida mundialmente después de exhibir sus diseños de escenografía y vestuario en el valle “Schéhérezade”, obra inspirada en Las Mil y una noches. Estas creaciones hechizaron al público e inmediatamente fueron puestas de moda y reproducidas por diseñadores de élite.

²⁰⁶ Cerrillo Rubio, Lourdes.1982.”El nuevo decorado en los Ballets Rusos de Serge Diaghilev”.Revista de Investigación.Tomo VI, nº 1-2, pp.33-52. POZHARSKAYA, Militsa and VOLODINA, Tatiana.1990. The art of the ballets Russes. The russian seasons in Paris 1908-1929.New York, págs. 52-120.

1.2.8.2. LA PRIMERA GUERRA MUNDIAL.

La Primera Guerra Mundial (1914-1918) acabó con el brillante carácter de la moda orientalizante. Con los hombres en el frente, las mujeres se vieron obligadas a asumir responsabilidades laborales y sociales, y a dejar la casa²⁰⁷. Muchas mujeres de clase media se estaban ganando la vida como institutrices, secretarias y dependientas y hubiera sido imposible para ellas llevar a cabo sus actividades vestidas con complicados trajes de fiesta, además cuando llegó esta guerra, los vestidos de fiesta se consideraban fuera de lugar. Así, poco a poco, se fue imponiendo un traje práctico, adaptado a las nuevas formas de vida. Por primera vez la falda se acortó considerablemente; en 1915, el traje cubre rodilla y pantorrilla, pero despeja los tobillos. Y, sin embargo, una revolución de tal magnitud no tiene carácter ni origen reivindicativo o provocador; las circunstancias la impusieron. El nuevo largo de las faldas armonizaba, además, con la ropa tipo sastre, sin adornos, que extendió naturalmente su propuesta para adultas razonables, no para muñecas de salón²⁰⁸.

Sin pretenderlo, Paul Poiret había suministrado a las mujeres el vestuario de la emancipada: el traje sastre de tipo deportivo, en un solo color, para todas las horas del día. Esta tendencia representa también una cierta idea democrática.

A simple vista era difícil distinguir a la dama elegante que había pagado una fortuna por su traje sastre, la obrera que lo había copiado de figurines de moda, o la burguesa que lo compraba en unos grandes almacenes. La guerra produjo también una enorme profusión de jerséis tejidos a mano. Las revistas femeninas publicaban modelos de punto para soldados, las mujeres abandonan los bordados por las labores de punto y fabrican chándales, calcetines, boinas y chalecos abotonados en el delantero. Paulatinamente

²⁰⁷ Vaquero Arguelles, Isabel. El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX. Museo del Traje.

²⁰⁸ Ibidem.

empiezan a usarlos ellas también, debido a su fácil mantenimiento y a la sencillez de su elaboración. Los tejidos de punto, que revolucionaron la ropa para niños, irrumpieron también en el mundo de la moda gracias, principalmente, a las creaciones de Gabrielle Chanel, que por esas fechas abre una casa de costura en París.

La heterogeneidad del atuendo, consustancial al orden aristocrático, en que el fasto ostentador es un imperativo social destinado a destacar la desigualdad humana y social, es sustituida a principios del siglo XX por una moda de tendencia “homogénea” basada en el rechazo del principio de exhibición majestuosa y superior de la jerarquía. *Antes, las mujeres eran arquitecturales como proas de navío, y bellas. Ahora parecen pequeñas telegrafistas subalimentadas*, decía Poiret²⁰⁹.

En efecto, la alteridad social, lejos de estar magnificada por el atuendo, se halla oculta por la decadencia de los signos de suntuosidad²¹⁰. Reabsorción de los símbolos de distancia social que, al parecer, no puede separarse del ideal democrático de la igualdad de condiciones: seres conocidos de esencia parecida no pueden ofrecer más que una imagen de sí mismos sin extrema disparidad, sin señal evidente de abismo jerárquico. En lo más profundo de la revolución indumentaria femenina del siglo XX, tomando el relevo de la de los hombres, se produce el hundimiento del universo holista, el advenimiento de una sociedad dirigida por el ideal de la igualdad democrática. Sin embargo, el proceso no se realizó sin cierta ambigüedad: el lujo siguió siendo, con la condición de ser eufemizado, un valor irremplazable de gusto y refinamiento de clase, en el corazón de la Alta Costura. La democratización de la moda no significó uniformización o igualación de la apariencia; nuevos signos más sutiles y matizados, especialmente firmas, cortes, tejidos, continuaron asegurando las funciones de

²⁰⁹ Citado en el artículo Sombreros. <http://www.shadowline1.com/lineadesombra/sombreros.htm>.

²¹⁰ Ibidem.

distinción y excelencia sociales²¹¹. La democratización significó reducción de los signos de diferenciación social, moderación del principio aristocrático de la conspicuous consumption²¹², paralelamente a esos nuevos criterios que son la esbeltez, la juventud, el sex-appeal, la comodidad, la discreción. La moda no eliminó los signos de rango social, los atenuó promoviendo referencias que valoraban más los atributos de tipo más personal como los referidos, esbeltez, juventud o sex-appeal.

El sobrio estilo democrático tampoco se impuso por igual. Junto a los atuendos de día, simples y ligeros, la Alta Costura creó trajes de noche suntuosos, sofisticados, extremadamente femeninos. La moda cubrió la distancia entre las diferentes clases de atavíos femeninos. Por una parte una moda de día (ciudad y deporte) bajo los auspicios de la discreción, de la comodidad, de lo funcional. Por otra, una moda de noche, maravillosa, realzando la seducción de lo femenino. La democratización de la moda ha ido pareja a la desunificación de la apariencia femenina: ésta ha llegado a ser mucho más proteiforme, menos homogénea; ha podido jugar con más registros, desde la mujer voluptuosa a la despreocupada, de la *school boy*²¹³ a la mujer profesional, de la deportiva a la sexy. La descalificación de los signos fastuosos ha hecho que lo femenino entrase en el juego de las metamorfosis completas, de la cohabitación de imágenes dispares, a veces incluso antagónicas.

Más directamente que el imaginario de la igualdad, otros factores, culturales y estéticos, han desempeñado un papel principal en la revolución democrática del aspecto femenino, en concreto los deportes. Aunque poco extendidos, la práctica del golf, del tenis, de la bicicleta, de los baños de mar, del alpinismo, de las excursiones, de la caza, de los

²¹¹ Lipovetsky, Gilles. *El Imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona. Anagrama. 1990. Pág.87.

²¹² El consumo conspicuo es el gasto de dinero en y la adquisición de lujosos bienes y servicios a exhibir públicamente el poder económico - ya sea el ingreso del comprador o de la riqueza acumulada por el comprador. Sociológicamente, al consumidor conspicuo, tal exhibición pública de discrecionalidad del poder económico es un medio, ya sea de alcanzar o de mantener un determinado estatus social.

²¹³ Las prendas inspiradas en las fraternidades de las universidades americanas durante las décadas de los años 50/60.

deportes de invierno, de la conducción de automóviles, permitieron modificar, primero lentamente, mucho más rápido tras la Gran Guerra, el aire de la ropa femenina²¹⁴. El golf introdujo el uso del cárdigan, la bicicleta permitió la aparición de pantalones anchos que se estrechaban bajo la rodilla, y los baños de mar impulsaron hacia comienzos de siglo la innovación de bañadores sin mangas, de escotes redondos, seguidos, hacia 1920, por el bañador de una sola pieza con las piernas y los brazos al aire. En los años treinta la espalda se descubrirá por completo con el bañador de dos piezas. En los años veinte se acortan los trajes de hockey, patinaje y tenis; en 1921 Suzanne Lenglen había causado sensación jugando al tenis por primera vez con falda plisada justo bajo la rodilla y con cárdigan blanco sin mangas.



Figura 10. Imágenes de Susanne Lenglen jugando al tenis en 1921.

Desde finales del siglo XIX se multiplicaron los trajes de deporte: en 1904 la casa Burberry²¹⁵ presentaba un catálogo de doscientas cincuenta y cuatro páginas dedicado totalmente a la indumentaria deportiva de confección.

²¹⁴ Se pueden hallar numerosas indicaciones sobre el fenómeno en Bruno du Rosselle, *ha Mode*, París, Imprimerie nationale, 1980. Asimismo, Maryléne Delbourg-Delphis, *Le Chic et le Look*, París, Hachette, 1981.

²¹⁵ Burberry es una casa británica de moda de lujo, fábrica ropa y otros complementos. Su distintivo es un caballero inglés montado en un corcel y el monograma de enrejado. La empresa tiene tiendas propias en el mundo entero, y también se vende en almacenes de prestigio. La marca también controla un negocio por catálogo y tiene una línea de

A principios de los años veinte la Alta Costura se lanzó también a ello: en 1922, Patou realizó una primera presentación de atuendos deportivos al aire libre y en 1925 abrió su boutique “Le Coin des Sports”²¹⁶.

Lo *chic* era entonces llevar conjuntos deportivos, incluso para pasear por la ciudad o ir al restaurante: el *sportswear* hace su primera aparición “de categoría”. Pasear en *shorts*, exhibir las piernas, los brazos, la espalda, el vientre, se convierte poco a poco en legítimo: el biquini hará su aparición hacia finales de los años cuarenta. Los estilos ligeros, funcionales, sexy, no pueden separarse del creciente auge de los deportes, ni del universo democrático-individualista que afirma la autonomía básica de las personas; todos esos factores en conjunto iniciaron un proceso de desnudamiento del cuerpo femenino, y otro proceso de reducción de la rigidez indumentaria que obstaculizaba la libre expresión de la individualidad.

El deporte dignificó el cuerpo natural, permitió mostrarlo tal como es, desembarazado de las armaduras y trampas excesivas del vestir. El deporte no solamente ha hecho evolucionar el atuendo especializado sino que ha contribuido de forma crucial a cambiar las líneas del traje femenino en general, creando un nuevo ideal estético de feminidad. Por el sesgo del culto deportivo se impuso el prototipo de mujer espigada, esbelta, moderna, que juega al tenis y golf, en oposición a la mujer vaporosa, sedentaria, trabada por sus puntillas y volantes. La simplificación de la indumentaria de los años veinte, la eliminación de frunces y perifollos en provecho de las formas sobrias, netas, es la respuesta a ese nuevo ideal de deporte, ligereza, dinamismo.

fragancias. Tanto la Reina Isabel II como el Príncipe de Gales han concedido a la marca el título Proveedor Real. El Director de Diseño actual es Christopher Bailey.

²¹⁶ Cuando abrió la boutique 'Le Monedas de Sports', donde cada habitación estaba dedicada a un tipo diferente de deporte, que consolidó su lugar en la historia de la Alta Costura. Su fragancia deportiva 'Le Sien' fue el primer perfume unisex, como era su idea de crear perfumes para sus colecciones.

De 1924 a 1929 Patou creó todos sus modelos basándose en el mismo principio que sus vestidos de aire libre y deporte:

*Mis modelos están concebidos para la práctica del deporte. Procuro que sean tan agradables de mirar como de llevar y que permitan una gran libertad de movimientos*²¹⁷.

Cuarenta años más tarde, en los años sesenta, el efecto Courrèges²¹⁸ y sus líneas futuristas no harán más que radicalizar ese proceso en nombre de los mismos valores de comodidad y expansión del cuerpo:

*He buscado una moda dinámica, con la preocupación constante por la libertad del gesto... la mujer de hoy se ha liberado. Hace falta que lo haga también psíquicamente. No se la puede vestir en estático, en sedentario*²¹⁹.

Courrèges.

Por otra parte, ¿cómo ignorar la influencia considerable de las corrientes del arte moderno sobre la transformación democrática de la moda tras la Primera Guerra Mundial?

²¹⁷ Cf. Meredith Etherington-Smith, *Patou*, París, Denoel, 1984, págs. 42-69.

²¹⁸ André Courrèges (n. 9 de marzo de 1923 en Pau) es un diseñador de moda francés, principalmente reconocido por sus diseños ultra modernos. Tanto Courrèges como la diseñadora inglesa Mary Quant se han proclamado como los inventores de la minifalda. Courrèges le otorgó a la indumentaria femenina una mayor simplicidad, con prendas que permiten una mayor libertad y comodidad. Las formas de sus diseños son geométricas: se basan en cuadrados, trapezoides y triángulos. En 1965, lanzó una campaña denominada "Era espacial" que revolucionó el mundo de la moda.

²¹⁹ Lipovetsky, Gilles. *El Imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona. Anagrama. 1990. Pág.87.

La silueta de la mujer de los años veinte, recta y lisa, está en consonancia directa con el espacio pictórico cubista hecho de planos limpios y de ángulos, de líneas verticales y horizontales, de contornos y planos geométricos; da la réplica al universo tubular de Léger, a la depuración estilística emprendida por Picasso, Braque, Matisse, después de Manet y Cézanne. Los volúmenes y curvas de la mujer dejan sitio a una apariencia depurada, simplificada, en continuidad con el trabajo de las vanguardias artísticas²²⁰.

La moda ha aprendido del proyecto modernista comenzado con Manet, del que Georges Bataille decía que se caracterizaba por la *negación de la elocuencia*, por el rechazo de la *palabrería grandilocuente* y de la majestad de las imágenes: abandonando la poética de la ornamentación y la exhibición del oropel, la moda consiguió desublimar y desidealizar parcialmente el aspecto femenino; democratizó el estilo del vestir en el clima de nuevos valores estéticos modernistas que tendían hacia la depuración de las formas²²¹.

A la democratización de la apariencia correspondió más adelante la generalización del deseo de moda, antes limitado a las capas privilegiadas de la sociedad. La moda no solamente aproximó las formas de vestir sino que difundió entre todas las clases el gusto por las novedades e hizo de las frivolidades una aspiración de masas, en tanto que concretaba el derecho democrático a la moda instituido por la Revolución. Aunque desde hace siglos amplias capas sociales han podido acceder a las modas, hasta la Primera y la Segunda Guerra Mundial el “derecho” a la moda no encontrará un asentamiento real y una legitimidad de masas. Queda lejos la época en que los sarcasmos tenían como blanco a las clases inferiores que imitaban la apariencia aristocrática. En la era democrática el ridículo está menos en la imitación de la moda

²²⁰ Pitarque, Sol. *El discurso del diseño*. Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina. 2008.

²²¹ Bataille, Georges. Artículo *El lugar absoluto de Manet*, publicado en El País el 7 de febrero del 2004.

(dejando aparte el esnobismo) que en lo pasado de moda, esa nueva “prohibición” de las masas. La moda emancipó la apariencia de las normas tradicionales, a la vez que imponía a todos el *ethos* de un cambio, el culto de la modernidad: más que un derecho, la moda llegó a ser un imperativo social categórico²²² para los individuos.

Ésta es una de las características de la moda: la reivindicación cada vez más extensa de individualidad se acompaña de una obediencia sincronizada, uniforme, imperativa, a las normas de la Alta Costura. A la vez que cada estación prescribe regularmente sus novedades, dejando inmediatamente pasado de moda “lo que se hacía” anteriormente, la moda se sigue de cerca, las desviaciones, las contestaciones y antimodas no empiezan a cobrar importancia hasta los años sesenta. Imposición de una tendencia homogénea y proclamación temporal de una moda “oficial” por una parte, conformismo de masas y sumisión uniforme a los códigos indumentarios por otra: ese momento, a despecho de su especificidad organizativa, se liga a la era rígida y estandarizada de las disciplinas²²³.

La moda, que se alza en nombre del principio de la individualidad, no consiguió generalizarse más que imponiendo normas uniformes, tipificadas, reabsorbiendo el libre despliegue de las diferencias personales. Junto a las organizaciones disciplinarias y las instituciones democráticas, la moda ha contribuido a arrancar a las sociedades del orden holista-tradicional, a imponer normas universales y centralizadas, a instituir la primera fase de las sociedades modernas individualistas y autoritarias.

²²² El imperativo categórico es un concepto central en la ética kantiana, y de toda la ética deontológica moderna posterior. Pretende ser un mandamiento autónomo (no dependiente de ninguna religión ni ideología) y autosuficiente, capaz de regir el comportamiento humano en todas sus manifestaciones. Kant empleó por primera vez el término en su *Fundamentación de la metafísica de las costumbres* (1785).

²²³ Con sus variaciones rápidas y bruscas, especialmente en la longitud de los vestidos (maxi, mini), los años sesenta serán el último momento de ese unanimismo dirigido de masas.

1.2.8.3. PERÍODO DE ENTREGUERRAS: EL REINADO DE LAS MUJERES

Al acabar la Primera Guerra Mundial, la burguesía del siglo XIX había perdido su preponderancia absoluta. Parcialmente arruinada y conmocionada por el nuevo rumbo de la historia, tuvo que aceptar de mala gana la competencia de una nueva clase de nuevos ricos surgida a la sombra del conflicto armado²²⁴. El dinero y el poder cambiaron de manos, pero la Alta Costura continuó siendo una industria próspera que encontraba clientes en la sociedad emergente. En 1920 la costura francesa propuso la vuelta al traje sofisticado, tentativa que, sin embargo, sólo tendría éxito en 1947, tras la Segunda Guerra Mundial. En aquel momento de loca euforia las mujeres rechazan esa imagen por *demodé*, imponiéndose la ropa corta, que, además, atrae la atención de los hombres que vuelven del frente²²⁵.

Las casas de costura que ejercieron mayor influencia entre 1920 y 1940 estaban dirigidas por mujeres. Ciertamente, Worth y Doucet seguían en activo, pero ya no volvieron a ser las *casas-vedette*. Las creadoras favoritas eran Jeanne Lanvin (1867-1946), en principio modista y creadora, a partir de 1906, de trajes bordados de un gusto exquisito; Madeleine Vionnet (1876-1975), la pionera del corte al bias, que logrará su cenit creativo en los años treinta; y Gabrielle Chanel (1883-1971), que, más que inventora de formas, es la primera gran estilista y representante de un nuevo estilo de vida. Los trajes de Chanel son de los primeros que una mujer puede ponerse sin ayuda, ya que están concebidos precisamente para eso, sin las complicaciones del sistema de cremallera utilizado hasta entonces. Otras casas que alcanzan renombre en la época estaban dirigidas por el inglés Molyneux (Jean Patou y Jacques Heim).

²²⁴ Fernández, Diana. Vestuario Escénico. Febrero 2015.

²²⁵ Ibidem.

Son años en los que la Alta Costura procura aproximarse a otras artes decorativas, y nuevamente el mérito corresponde a Paul Poiret, creador antes de la guerra de una escuela de arte decorativo e impulsor de la colaboración con pintores que imprimen sus tejidos²²⁶. La mujer de *los años locos* podría estar representada por una joven deseosa de escapar a las normas tradicionales de la moral burguesa y vivir su vida. El traje de esta *Garçonne* tenía un matiz de provocación sexual que procuraba manifestar la paridad de la mujer emancipada con el hombre y, a la vez, un fuerte deseo de seducción. La *Garçonne* decidió, sin embargo, renunciar en la medida de lo posible a sus atributos femeninos. Ya no se rellenaba el pecho, incluso se lo vendaba para reducir su volumen, y bajó la cintura hasta la cadera, que, sin embargo, consiguió adelgazar. La invención del tul elástico, que permitió fabricar fajas ligeras, se utilizó para dar al cuerpo un matiz andrógino. Esta imitación estética del hombre explica también que la mujer se cortara el pelo muy corto, lo metiera bajo la Cloche (sombrero en forma de campana de los años veinte), bien calado hasta los ojos, dejando ver sólo una patilla.

Al mismo tiempo, la nueva mujer renunció a uno de los privilegios de la ociosidad desde hacía milenios: la piel blanca. Practicando deportes y exponiendo el cuerpo a los baños de sol, la mujer logró lucir orgullosa por primera vez una tez bronceada. Pero su indumentaria básica siguió siendo el traje sastre de corte estricto, con camisa, y a veces con corbata.

El maquillaje era tan artificial como los del siglo XVIII. Las cejas se depilaban y luego se trazaban con lápiz, la boca se dibujaba con el lápiz de labios, de colores sintéticos, traído de Alemania. Pero el nuevo instrumento de la coquetería femenina fue la exhibición de las piernas. La falda apenas si cubría las rodillas y revelaba las piernas

²²⁶ Vaquero Arguelles, Isabel. El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX. Museo del Traje.

cubiertas con medias de color carne. La lencería elegante era de seda, en color pastel y muy reducida. La camisa, pieza base de la ropa interior femenina, estaba a punto de desaparecer para ser sustituida por la combinación, que se llevará sobre el pantalón íntimo con cintura elástica que ha dejado de ser abierto. El punto de seda artificial, indesmallable y de mantenimiento fácil, que no necesita plancha, se extendió muy pronto en la fabricación de ropa interior. El periodo de entreguerras constituye la edad de oro de la moda parisiense.

En España, mientras tanto, gracias a la difusión de la fotografía en revistas de moda y periódicos, el número de mujeres que pueden conocer las novedades impuestas por los grandes creadores crece notablemente²²⁷. Las grandes divas del cine, en especial Greta Garbo, aportaban también modelos vivos de elegancia, de cómo maquillarse, vestirse y peinarse. Y de esta forma la mayoría de las mujeres, sin medios para poseer un traje de marca, lo hacían copiar a partir del modelo entrevistado en las fotografías y reportajes de la época.

El ciclo de la moda comenzó a cambiar de nuevo hacia 1928. La *Garçonne*, una vez casada y convertida en madre de familia, aceptó de buen grado el alargamiento de las faldas que le proponían los modistos. De nuevo era una mujer la que marcaba las directrices y el tono de la moda.

Madeleine Vionnet (1876-1975), cuya maestría en el corte al bias le permitió dar a los trajes aparentemente más simples una ligereza extraordinaria, explotó como nadie lo había hecho hasta entonces las posibilidades del tejido, en todos los sentidos, para modelar el cuerpo. Trabajaba con la tela directamente sobre un maniquí de tamaño mediano. Cabría decir que, en toda la historia de la moda, es su ropa la que más se

²²⁷ Ibidem.

aproxima a la armonía en la línea general del atuendo femenino. Las faldas fueron acortándose y ganando amplitud poco a poco, los hombros se marcaron y los trajes de noche se alargaron. Sin embargo, el verdadero y trascendental cambio se produjo en la ropa interior. Bajo aquellos trajes ceñidos, era sin duda mucho más atractivo adivinar un cuerpo moldeado, de modo que la mujer “tabla de planchar”, omnipresente en 1925, había dejado de ser la ideal. Para parecerse a las vampiresas del cine americano, envueltas en zorros plateados, las mujeres adoptarán la faja elástica, que reduce el contorno de las caderas, y el sujetador, que deriva de la “modestia” de sus madres. La liberación del cuerpo femenino, que venía siendo reclamada desde los ámbitos más avanzados de la sociedad²²⁸, e igualmente la mayor libertad en la dinámica de la moda, al no estar sometida a ningún elemento standard, supondrá, en la trayectoria de Poiret sus aportaciones más tempranas, definitivas y funcionales. Sin embargo, su genialidad tal vez radique en una forma totalmente vanguardista de hacer moda, implicando por completo su personalidad y desafiando un destino, finalmente “maldito”²²⁹. El arte de hacer moda, tendrá para Poiret un precio similar al que pagarán tantos otros creadores, protagonistas de lo que realmente fue una nueva cosmogonía artística²³⁰. Cuando Paul Poiret suprimió el corsé para sus creaciones, sus clientas se horrorizaron ante la sensación de llevar el pecho desprotegido. Lo sujetaban con una especie de banda corsé, o *Modestia*, que, en principio, se llevaba por encima del *Corsé*. Estos primeros sostenes desaparecerían hacia 1925, pero volvían a usarse cuando fue preciso redondear el pecho y darle el volumen deseado. De esta forma el sujetador se convirtió en una prenda fundamental del vestuario femenino, que en los años sesenta y setenta también se puso en cuestión.

²²⁸ Zweig, Stefan. 2004. *El mundo de ayer. Memorias de un europeo*. Barcelona, págs. 102-103. Describe con magistral ironía los inconvenientes del corsé, concluyendo: “...esta figura de “dama” que ya es historia, a pesar del perfume que dejaba a su paso, a pesar de los adornos con que estaba cargada y de las blondas, los volantes y los colgajos preciosos, daba la impresión de ser alguien infeliz”.

²²⁹ Bouillon, Jean-Paul. 1989. *Diario del Ar Déco 1903-1940*. Barcelona, pág. 254.

²³⁰ Henri Matisse en DAIX, Pierre. 1991. *Diario del cubismo*. Barcelona, pág. 37.

1.2.8.3.1. LA ESPAÑA DE ENTREGUERRAS.

En España el comienzo de los años treinta vio el triunfo definitivo de Cristóbal Balenciaga (1895-1972), que había abierto su primera casa de costura en San Sebastián en 1914, para instalarse más tarde en Madrid a finales de los años veinte. Balenciaga, que acabaría dejando una huella indeleble en la moda europea de su época y en la que estaba por llegar, se vio obligado a cerrar sus casas de costura tras la caída de la monarquía de Alfonso XIII, aunque ya en 1935 abrió una tercera en Barcelona con el nombre de Eisa (apócope del apellido materno, que utilizaría también en otros momentos de su carrera)²³¹.

Sus propios contemporáneos le llamaban *El Emperador*, porque era el más secreto, porque no se “desgastaba en sociedad”. Porque la primera de sus pruebas equivalía a la tercera de cualquier otro modista, porque contaba con el *gotha* de la sociedad internacional como clientela, porque cuando decidió retirarse en 1968, una de ellas, la Condesa Von Bismarck se encerró hasta tres días en su casa de París en señal de duelo;

*(...) por el rigor de su trabajo, por sus hallazgos en patronaje, estampación y silueta; porque era un gran señor, en suma, que jamás alimentó cotilleos de poca monta y siempre supo dar notas de nobleza a su trabajo como modista*²³².

En pocas palabras Cristóbal Balenciaga, se podría definir como el arquitecto para los planos, escultor para las formas, pintor para el color, músico en la armonía de la obra y

²³¹ Información obtenida del artículo. España años 30: La moda amenazada. <http://altacosturauabc.blogspot.com.es/2012/10/alta-costura-en-los-anos-30.html>

²³² Peña, Beatriz. Artículo sobre el Museo Cristóbal Balenciaga publicado el 31 de mayo de 2011 en su blog: <http://www.bellezapura.com/2011/05/31/el-museo-cristobal-balenciaga-abrira-sus-puertas-el-10-de-junio/>

filósofo en el sentido de la medida, de la proporción²³³. Su obra está marcada permanentemente por la influencia de pintores como Velázquez, Zurbarán y el Greco.

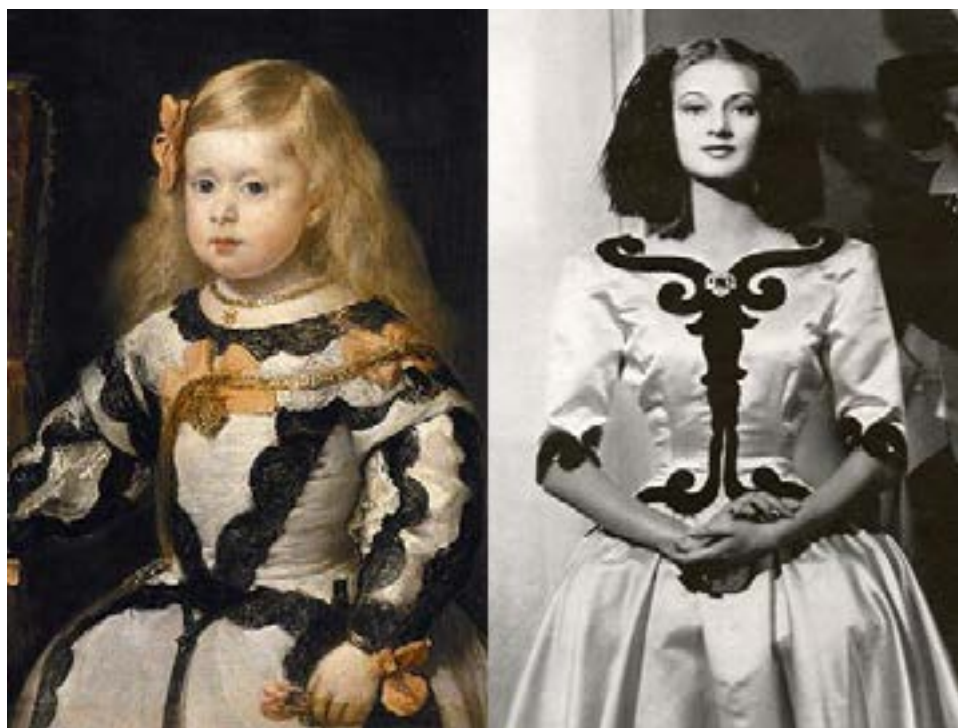


Figura 11. Velázquez Infanta Margarita. Balenciaga, infanta dress 1939.



Figura 12. Velázquez Infanta Margarita. Balenciaga 1963.

²³³ Cristóbal Balenciaga en Modapedia. Sección de la revista *Vogue*.
<http://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/cristobal-balenciaga/172>

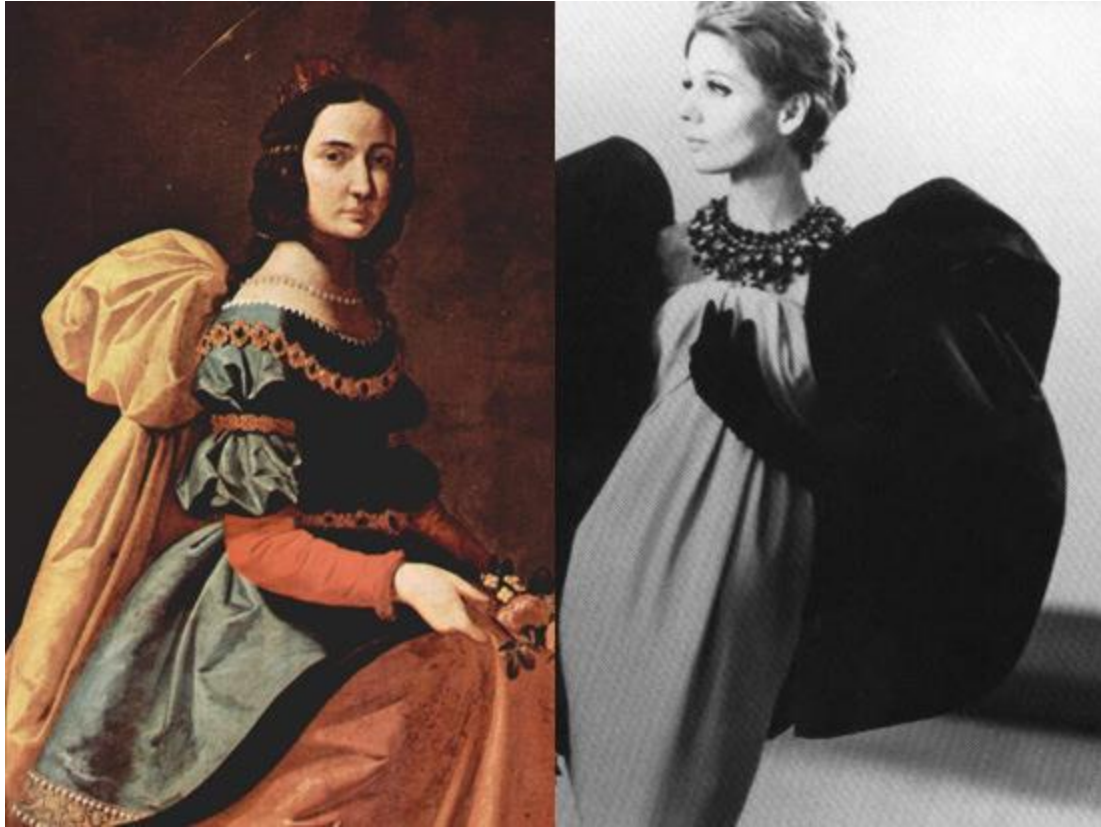


Figura 13. Zurbarán *Santa Casilda*. Balenciaga 1950.



Figura 14. Zurbarán *Santa Dorotea*. Balenciaga 1954



Figura 15. Zurbarán, *San Francisco*. Balenciaga, 1950.



Figura 16. Zurbarán *Saint Serapion*. Balenciaga, 1951.

Creadores de referencia que plasman el juego volumétrico presente también en algunos vestidos del modisto como un largo, con escote de palabra de honor y decoración floral bordada con hilo metálico. También el color ha sido un elemento muy característico en la obra del maestro, muchas de las creaciones de Balenciaga se han centrado en el binomio blanco y negro, reflejo del incesante juego de elementos, que se percibe también en el exquisito equilibrio entre forma y adorno, en este apartado podíamos trazar una línea imaginaria con Francisco de Goya a través de vestidos con drapeados de tul y preciosos bordados²³⁴.



Figura 17. *La Duquesa de Alba* de Francisco de Goya. Balenciaga, 1967.

²³⁴ Casablanca, Luis. Tesis doctoral. La moda como disciplina artística en España. Jesús del Pozo y la generación de los nuevos creadores. Universidad de Granada. 2007.



Figura 18. *Doña Isabel de Porcel* de Francisco de Goya. Balenciaga 1940.



Figura 19. *Manola* por Francisco de Goya. Balenciaga 1950.



Figura 20. *Cardenal LM Borbón*. Balenciaga, 1950.



Figura 21. *Manet*. Balenciaga 1952.



Figura 22. *The wedding reception* (1900) de Beraud. Balenciaga 1956.



Figura 23. Detalle del cuadro *Mujeres en el jardín* (1886) de Manet. Balenciaga, 1954.

En algunos casos su paleta cromática también nos ha recordado a los profundos rojos y negros presentes en Zuloaga, el azul de la época picassiana y los ocre de Juan Gris²³⁵. Vestidos de novia, largos, de fiesta o de cóctel, abrigos, capas, sombreros forman parte de todo este universo de Balenciaga. En Madrid se pudo disfrutar de la exposición *El arte de Balenciaga* celebrada en el Museo del Traje en 2015.

Sin embargo, la tragedia de la Guerra Civil (1936-1939) truncaría la carrera en España del donostiarra, que en 1936 huyó de la barbarie para instalarse definitivamente en París, donde ya en 1937 presentó su primera colección francesa.

Esta Guerra, determinó el destino de millones de españoles. Fue el caso de Francisco Rabaneda Cuervo (San Sebastián, 1934), que llegaría a ocupar un destacadísimo lugar en la moda a partir de los años sesenta con el nombre de Paco Rabanne. Hijo de un general republicano fusilado por las fuerzas franquistas en 1936, y de la jefa del taller de Balenciaga en Barcelona, la familia Rabanne abandonó España tras la muerte del padre, y se instaló en París en 1939. Rabanne creció, estudió y desarrolló toda su carrera en Francia, por lo que difícilmente puede considerársele un diseñador español, salvo por las referencias familiares, las profesionales transmitidas por la madre costurera, y las culturales de un idioma y una tradición que siempre dejan poso.

La guerra interrumpió también la carrera de Asunción Bastida, que había nacido en 1902 en Barcelona, lugar donde fundó su primera casa de costura en 1926. En 1934 abrió casa en Madrid, pero el paréntesis de la guerra truncó sus expectativas artísticas y comerciales. Considerada una de las mejores *coutouriers* de la Alta Costura española, Asunción Bastida fue miembro fundador, en 1940, de la Cooperativa Española de Alta Costura, y mantuvo abierta su casa hasta 1970, aunque posteriormente, y hasta 1975,

²³⁵ La inspiración pictórica de Balenciaga en 60 diseños.
http://ccaa.elpais.com/ccaa/2014/04/11/paisvasco/1397235199_209673.html

continuó firmando sus creaciones bajo la marca Asunción Bastida, S.A.²³⁶. Desgraciadamente, quedan pocos ejemplos de una producción valiosa y valorada tanto en España como en el extranjero.



Figura 24. Imágenes de algunos de los diseños de Asunción Bastida.

Pedro Rodríguez es otro de los diseñadores que se vería afectado por la Guerra, comenzó su aprendizaje en un taller de sastre, y desde 1914 trabajó en un taller de modisto. En 1919 abrió su propia casa de costura en colaboración con su esposa, Ana María, costurera de profesión²³⁷. Su consagración tuvo lugar en el desfile para la Exposición universal de Barcelona de 1929, y durante los años treinta entabló amistad con la otra luminaria de la moda española de la época, Cristóbal Balenciaga. Al

²³⁶ Vaquero Arguelles, Isabel. El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX. Museo del Traje.

²³⁷ Ibídem.

comenzar la Guerra Civil se trasladó a Italia y luego a Francia. En 1937 se estableció en San Sebastián, donde fundó una nueva casa de costura. En 1939, al final de la Guerra, abrió de nuevo su casa en Barcelona, y una tercera en Madrid. En 1940 fue fundador y primer presidente de la Cooperativa de Alta Costura Española. Durante los años cincuenta y sesenta se dedicó a atender a una clientela sobre todo europea y americana. Pedro Rodríguez fue maestro de varias generaciones de diseñadores españoles. Trabajaba directamente sobre la modelo, sin diseño previo, y en este sentido se le considera como un “escultor” de la moda.



Figura 25. El maestro Pedro Rodríguez con dos de sus modelos.

Siempre en competición con Balenciaga, ambos representan en la historia de la moda española dos vocaciones, dos alternativas para vestir el cuerpo. La ropa de Pedro Rodríguez evidencia una inspiración mediterránea y erótica que concibe el cuerpo como objeto de seducción. A partir de ahí, y con esa finalidad fundamental, Pedro Rodríguez

estudiaba los tejidos y los colores; se hizo famoso, por ejemplo, su color tormenta, con gradaciones de grises y azules. Pero Rodríguez es, sobre todo, un maestro del drapeado. Inspirándose en la iconografía griega y romana, en los neoclásicos y en los prerrafaelistas²³⁸, Rodríguez creó una silueta suavemente provocativa. En 1978 se vio obligado a cerrar sus tres casas por razones económicas, lo que no le impidió continuar sus actividades de creación. Rodríguez es autor del famoso vestido que lució la cantante Salomé en el festival de Eurovisión de 1969. En 1986 donó setenta y ocho de sus prendas de vestuario al Museo Textil y de Indumentaria de Barcelona, institución que en 1989, poco antes de su muerte, le dedicó una sala. El Metropolitan Museum of Art de Nueva York posee también obra de Pedro Rodríguez.

Otra destacada figura de época es Marbel (1901-1969). Considerado uno de los grandes de la moda en Madrid durante los años cuarenta y cincuenta, Marbel se había formado en la casa de Paul Poiret, y en 1936 abrió tienda en Barcelona, que cerró en 1942 para instalarse en Madrid. Durante muchos años mantuvo establecimiento en La Habana, que clausuró tras el triunfo de la revolución castrista en 1959, lo que provocó la quiebra de su firma y el cierre definitivo de sus otros establecimientos españoles, que habían proporcionado a la burguesía de la época trajes de noche de gran fantasía y cuidado corte. En los años anteriores a la Segunda Guerra Mundial se abrieron en París muchas casas de costura.

Elsa Schiaparelli (1890- 1973), una italiana de espíritu creador ligada a artistas como Cocteau o Salvador Dalí, insufló a la moda un aire surrealista y aristocrático, con propuestas brillantes e insólitas, como un sombrero con forma de zapato, o un traje negro con un esqueleto bordado en oro. Algunas de sus colecciones se organizaban

²³⁸ Vaquero Arguelles, Isabel. El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX. Museo del Traje.

monográficamente en torno a un tema decorativo: las mariposas, los instrumentos de música o el circo, y tanto accesorios como bordados completaban la escena. Por la misma época, las casas de costura empezaron a acostumbrar a su clientela a la presentación de modelos de temporada sobre maniqués: trescientos para el invierno y el verano, y cien para la primavera y el otoño. Poco a poco se fue admitiendo en tales pases, antes previstos exclusivamente para clientas, a las periodistas de moda, que notificaban en sus medios cuál era el largo oficial de faldas para la temporada. Este detalle, tan fácil de modificar, era siempre el más señalado en las crónicas. En 1936, el traje de novia de la Duquesa de Windsor en crepe satinado consagró mundialmente al joven norteamericano Mainbocher²³⁹. Mientras, en el taller de Lucien Lelong²⁴⁰ se formaban dos futuras estrellas del mundo de la moda: Christian Dior y Pierre Balmain. Marcado por la guerra española que estallaba, y aunque su triunfo hubiera de esperar hasta después de la Guerra Mundial que ya se presentía, el genio Balenciaga preparaba ya su desembarco en París.

Mientras los vientos de guerra recorrían Europa y el mundo, España intentaba recomponerse de la devastación económica y cultural. La Guerra Civil había destruido el frágil tejido social y productivo que sustentaba la incipiente industria de la moda española. Los cuarenta fueron años de racionamiento, envueltos en un clima de oscurantismo, represión de las costumbres e integrismo católico. Durante la Guerra el vestuario de la población estuvo marcado por una sola señal: la escasez de telas. La industria textil se encontraba en Cataluña, zona republicana, y las mujeres se veían obligadas a arreglar o transformar en la medida de lo posible los trajes y abrigos que ya

²³⁹ Man Bocher se estableció en París como modisto en el año 1930 y, como muestra de respeto hacia Augustabernard y Louiseboulanger, se hizo llamar Mainbocher. Fue el primer modisto norteamericano que triunfó en París gracias a su estilo elegante y a la comodidad de sus creaciones.

²⁴⁰ Diseñador francés que destacó por la técnica y artesanía de sus hermosos tejidos más que por los diseños innovadores y se encuentra entre los primeros diseñadores que produjo también lencería y medias. En 1939, presentó faldas de vuelo de talle muy ceñido: un estilo que en manos de Dior se convertiría en el New Look, en 1947. Fue presidente de la Cámara Sindical de Alta Costura y gracias a su gestión, 92 empresas siguieron abiertas durante la guerra. Él volvió a abrir la suya en 1947.

tenían. Acabada la Guerra, las telas que empezaron a surtir al país eran ásperas y de mala calidad. Los tiempos imponían, además, cortes sobrios, sencillos, con escotes tímidos y cuellos redondos o en pico, lo más discretos posible. Si hay una característica que recorre la década es el uso monocorde del “negro español”, con ligeros toques en gris o en marrón. Los colores no se consideraban elegantes entonces y nadie se atrevía a desafiar esta regla. Sólo el talento de Balenciaga llegó a sublimar esas tristes combinaciones componiendo verdaderas obras de arte; pero él ya estaba en París. El negro era el color dominante para las prendas de uso diario. Negro para los lutos, que se encadenaban uno tras otro. Y negro también para acompañar la mantilla de blonda negra que lucían las mujeres de las clases altas en Semana Santa con altas peinetas de concha. Todavía no había *boutiques*; la ropa la confeccionaban las modistas y costureras, inspirándose en las pocas revistas nacionales de la época, y sobre todo en las revistas francesas. En las grandes ciudades comenzaba a haber tiendas que ofrecían ropa ya confeccionada, y aparecían los zapatos *Topolino*, con suelas de corcho muy gruesas. Las únicas libertades en los estampados eran los cuadritos pequeños, los lunares discretos y, en verano, el azul marino y el blanco. Los colores, ingenuos, tímidos, casi desvaídos, se reservaban para los vestidos de tul, seda o raso de las puestas de largo²⁴¹. La moda respondía a la monotonía de la vida diaria, rota sólo por los destellos de las *vedettes* o las pieles de contrabando de las estrellas del teatro y del cine. Katherine Hepburn, Lauren Bacall y Rita Hayworth eran las estrellas del cine americano, tan abundante en la época, que hicieron soñar a los jóvenes de la época con un mundo mejor.

²⁴¹ Ibidem.

1.2.8.4. LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL

La Segunda Guerra Mundial extendió por toda Europa la miseria y la necesidad de inventiva. Muchas casas de costura desaparecieron, obligadas a cerrar sus puertas por la escasez de materias primas y el empobrecimiento de una clientela en fuga. Entre ellas, dejaron un hueco inolvidable las de Chanel, Mainbocher y Vionnet.

Poco a poco se fue imponiendo una moda absolutamente dominada por las circunstancias. La Guerra obligó a reutilizar telas antiguas, a estampar los paños con planchas de madera, a fabricar trajes sastre con ribetes de *gros-grain* en los laterales..., y así todas las técnicas artesanales volvieron a desarrollarse para fabricar botones, cinturones, bolsos y objetos de bisutería.

Los trajes eran cortos, alrededor de la rodilla, pero tan amplios como era posible. Las medias, que la escasez había convertido en objetos exóticos, se reemplazaban por una capa de maquillaje con la línea negra de la costura dibujada a mano. Los zapatos se fabricaban con todos los materiales imaginables, y se les añadían altas suelas de madera o de corcho. Sólo la moda de los sombreros experimentó un desarrollo espectacular. En realidad, nunca se habían dejado de usar, y habían conocido las formas más gratuitas y excéntricas desde comienzos del siglo. Pero, entre 1941 y 1944, adoptaron un aire a la vez provocador y sofisticado. Fabricados con materiales como el tul, las plumas, el velo, las flores artificiales, la viruta de madera o el papel de periódico, se erguían como monumentos desequilibrados sobre las cabezas de las mujeres, o quedaban reducidos a las dimensiones de una peluca de muñeca²⁴². Además, la mujer que llevaba esos sombreros empezó también a usar pantalones, para poder utilizar cómodamente la bicicleta combatir la falta de calefacción.

²⁴² Vaquero Arguelles, Isabel. Artículo El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX. Museo del Traje. Pág. 130.

A pesar de lo que hubiera podido esperarse, el final de la Guerra no provocó la popularización de un traje femenino verdaderamente funcional. Muy al contrario, la postguerra contempló un retroceso en las costumbres indumentarias, en términos de conquista social y de disposición sobre el propio cuerpo, de nuevo con el ideal de belleza femenina como coartada. La progresiva recuperación de un cierto bienestar coincidió con el regreso de la imagen más tradicional de la mujer. Desde Poiret, el traje femenino había evolucionado, bien que a trompicones, hacia una cierta racionalización y formas que facilitaran la vida activa. En 1947, la primera colección de un nuevo modisto, Christian Dior, se opuso a este avance producido de forma natural ante las necesidades impuestas por la situación de guerra prolongada. Dior intuyó que las mujeres querían olvidar rápidamente las angustias y privaciones padecidas durante la guerra y volver a vestirse como princesas: todavía hoy, el estilo favorito de cualquier burguesa está representado por iconos como Grace Kelly, una princesa con cintura de avispa, *twin set* con collar de perlas y aire aristocrático. De repente, los hombros anchos, los peinados y sombreros voluminosos y las suelas anchas de los zapatos dejaron de estar de moda, y, para conseguir la silueta sofisticada que proponía Dior, renacieron las *Guêpieres*, corseletes para conseguir el apreciado talle de avispa y los cancanes de tul. Los nuevos tejidos, y en particular la invención de la *Lycra* de la mano del ingeniero francés DuPont en 1939, la cual otorgaba una elasticidad a estas *Guêpieres*, que permitían por primera vez en la historia de la moda la maravillosa sensación de ir marcando curvas y al mismo tiempo sentirse tan elástica como si se llevara un maillot de baño.

Salíamos de un pasado de guerra, de uniformes, de mujeres en los ejércitos con amplios hombros de boxeador, escribió el propio Dior en su libro “Je suis couturier”²⁴³. Para añadir: Yo he diseñado mujeres que parecen flores. De hombros ligeramente caídos y pecho redondeado de talles delgados como avispas y faldas que se abren como pétalos en flor.

Los zapatos de tacón de aguja causaron furor. La falda, alargada unos veinte centímetros, descendía hasta el tobillo y se realzaba por medio de rellenos en las caderas. Carmel Snow, redactora en jefe del *Harper's Bazaar*, lo bautizó como *New Look*. Y así, tal y como resumió la periodista Françoise Giroud²⁴⁴:

Dior pasó de ser un perfecto desconocido el 12 de febrero a ser universalmente famoso el 13 de febrero. Un día después de mostrar su colección.

En realidad, los mayores reproches recibidos por el *New Look* señalaban que la extraordinaria línea de Dior simbolizaba también un retorno ilusorio al mundo anterior a la catástrofe²⁴⁵. Sobre todo en los trajes de noche, que con sus *bustiers* sin espaldas emballenadas y sus faldas amplias sostenidas por volantes de tafetán y tules de crin, parecían volver sus ojos a las mujeres del siglo XIX: uno de los más célebres modelos de aquella mítica primera colección de Dior tenía una falda plisada de 14 metros, es decir, como una *Crinolina*.

²⁴³ Dior, Christian, *Je suis couturier*. Éditions du Conquistador, 1951

²⁴⁴ Giroud, Françoise &, Van Dorssen, Sacha, *Dior*. Rizzoli, 1989.

²⁴⁵ Vaquero Arguelles, Isabel. Artículo El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX. Museo del Traje. Pág. 131.

Por encima de todo, Christian Dior contribuyó poderosamente a relanzar el prestigio de la Alta Costura parisina, y su casa ha sido una de las más importantes de la segunda mitad del siglo XX. En sólo diez años, Dior atesoró una consideración de leyenda. El éxito de Dior, además del sabio patronaje, fue un éxito emocional. Esa riquísima colección con euforia de tejidos, de estampación y de siluetas triunfantes era la viva proclama de que ¡por fin!, la guerra había terminado. A su muerte, otra futura leyenda heredó aquel prestigio: Yves Saint Laurent, que tenía entonces 22 años.

1.2.8.5. LOS CINCUENTA: EL ANUNCIO DEL PRÊT-À-PORTER.

La Alta Costura conoció en los años cincuenta un período especialmente brillante. Cada vez más, a la venta de modelos a medida, los modistos añadían la venta de patrones a confeccionistas del mundo entero, que los copiaban estrictamente o se inspiraban en ellos para los detalles de sus prendas²⁴⁶. También entonces comenzó la práctica de la cesión de la marca para la difusión de accesorios: guantes, echarpes, zapatos, perfumes. En este último caso, fue también Poiret el pionero, que fue seguido rápidamente por la mayoría de las casas de Alta Costura. Pero la Alta Costura necesitaba, sin embargo, simplificar sus actividades. Por una parte, desaparecieron las colecciones de media temporada, y las dos colecciones anuales vieron reducidas las exigencias de antes de la guerra. El esfuerzo se redujo a cincuenta modelos cada seis meses para una casa pequeña, y a ciento cincuenta para las más importantes. Pero, por otra parte, y a pesar de los bajos salarios de las obreras de los talleres de costura, los costes de producción eran cada vez más elevados.

La Alta Costura decidió permanecer fiel a su actitud tradicional: el servicio a una clientela de mujeres adultas y pertenecientes a los estratos más elevados de la sociedad.

²⁴⁶ Vaquero Arguelles, Isabel. Artículo El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX. Museo del Traje. Pág. 131.

A pesar de algunas iniciativas aisladas, sus modelos no atraían a la potencial clientela de mujeres jóvenes. La Alta Costura se había desinteresado de la ropa de *sport* y de verano, justo cuando el aire libre y el deporte se impusieron. Allí radicó el hallazgo de ciertos confeccionistas: captar a esa clientela joven con trajes de moda fabricados en serie, tal como se hacía en EE.UU.²⁴⁷. En los años sesenta, una numerosa nueva generación reclamaba un traje adaptado a su estilo de vida. El nacimiento de la industria del *Prêt-à-porter* era ya inevitable

Bajo la influencia de Christian Dior, un genio creador capaz de generar modas que dejaban anticuadas las propuestas del año anterior, la Alta Costura se había acostumbrado al peligroso reto de ofrecer una línea nueva cada seis meses. Lo cual, más que responder a las necesidades de la clientela, obedecía a una labor de imagen que inducía a comprar. Paulatinamente, gracias a Cristóbal Balenciaga, *el más misterioso, el más prestigioso de los modistos*, según la historiadora Yvonne Deslambres²⁴⁸, que se había instalado en París en 1937, la cintura dejó de entallarse.

Su *Traje-saco* de 1956, un vestido camisero sin entallar, fue un fracaso entre la clientela. Pero gracias a esta propuesta el ojo se habituó a la línea recta, a los trajes no ceñidos y sin talle que favorecían a las mujeres jóvenes, de cuerpos esbeltos, y marcarían la evolución de la moda durante los años sesenta en la obra de Courrèges, Pierre Cardin, Paco Rabanne, Givenchy o Saint Laurent..., todos ellos admiradores del genial español²⁴⁹.

²⁴⁷ Ibidem, pág 131.

²⁴⁸ Yvonne Deslambres nació en París. Estudió en la Escuela de Chartres y en la del Louvre de París, donde se diplomó en 1950 en paleografía. En 1951 entra a formar parte del servicio educativo del Museo del Louvre y recorre varios países como conferenciante itinerante de los museos nacionales. Diez años después, es nombrada bibliotecaria del recién creado *Centre de Documentation du Costume* y, en 1967, delegada general de la UFAC (Union Française des Arts du Costume, fundada en 1948). Tras organizar en este cargo múltiples exposiciones por todo el mundo, fue designada, en 1982, conservadora del *Musée des Arts Décoratifs*, en cuyo marco se prepara, bajo su dirección, la inauguración del *Musée des Arts de la Mode*.

²⁴⁹ Vaquero Arguelles, Isabel. Artículo El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX. Museo del Traje. Pág. 132.

Contrariamente a Dior, Balenciaga no creaba modas que anularan las anteriores; seguía investigando en su línea, mucho más moderna y visionaria. Pero la ropa de Balenciaga, que tanto marcó a los modistos que fueron sus contemporáneos, no podía llevarla cualquiera. *Cuando entraba una mujer en un salón vestida con ropa de Balenciaga, todas las demás mujeres se apagaban. El cierre de su casa fue una inmensa pérdida, pero luego comprendí el valor de su retirada: aquellos salones y aquellas mujeres habían dejado de existir, y él lo había intuido a tiempo*, afirmaba Diana Vreeland²⁵⁰, mítica directora de la revista *Vogue* y asesora del *Costume Institute del Metropolitan Museum* de Nueva York.

A todas estas variantes de la moda sucedió una sorprendente vuelta al clasicismo. La dirección de Perfumes Chanel convenció a la gran *Mademoiselle* para que abandonase su exilio suizo y dirigiese la reapertura, en 1954, de la casa de costura cerrada desde 1939. Saludada con escepticismo por la prensa, la primera colección no constituyó un éxito, hasta el momento en que la vieja dama, contaba ya 72 años, puso a punto en sus talleres un tipo de traje sastre adaptable a cualquier circunstancia y a cualquier hora del día. Fabricado en ligeros *tweeds* escoceses, guarnecido con galones de colores variados, con la chaqueta generalmente forrada del mismo tejido que la blusa, y falda recta cubriendo la rodilla, este traje rápidamente ganó resonancia mundial por su estilo reconocible y fácilmente imitable. Al contrario de otras casas de Alta Costura que

²⁵⁰*The Eye has to travel*. 2011. Biografía de la mítica editora de *Harper's Bazaar* y de *Vogue*. Diana Vreeland, una auténtica visionaria, fue la primera editora de moda en *Harper's Bazaar* en 1936, y muchos coinciden en que inventó el concepto de moda tal y como lo conocemos hoy. Diana Vreeland fue una escritora y columnista brillante y carismática y con una personalidad arrolladora. Tenía un talento innato para descubrir diseñadores, fotógrafos y nuevas ideas, a menudo controvertidas, defendiendo modelos de belleza rompedores para la época y lanzando a la fama a Lauren Hutton y Ali MacGraw, entre otras. Dirigido por su sobrina Lisa Immordino Vreeland, este documental ofrece un perfil biográfico combinando imágenes de archivo, fotografías familiares y una extensa entrevista inédita con el mítico periodista George Plympton.

perseguían las imitaciones, a Chanel no le importaba ser copiada, en la seguridad de que la calidad de los trajes que salían de su taller marcaba la distinción²⁵¹.

1.2.8.5.1. ESPAÑA AÑOS 50: LA MODA INMÓVIL

Mr. Marshall no se detuvo en España, y la reconstrucción que Europa iniciaba enfebrecida en los cincuenta se demoró en la España franquista hasta que la transformación social, la estabilización económica y el turismo debilitaron irremediabilmente los cimientos del régimen²⁵². Pero los cincuenta son años de inmovilismo en España. Aislada internacionalmente desde 1947, instalada su economía en la más paralizante autarquía, la vida y la moda española discurrían entre visillos, en una larga y obligada siesta cada vez más insoportable para las nuevas generaciones. Las modistas copiaban de las revistas; las amas de casa, de los patrones; y las mujeres jóvenes, del cine. A esta fuente de fantasía se debieron dos modas: el uso de la gabardina anudada en la cintura “a lo Lauren Bacall”, y el éxito del *twin-set*: conjunto de jersey de cuello redondo y cárdigan de punto fino con pequeños botones y sin cuello, que en España se llamó *Rebeca*; como la protagonista de la película de Alfred Hitchcock (1940), que interpretaba Joan Fontaine.

Sólo algunos nombres aislados destacaban en el panorama de la moda española de la época, como el de Manuel Pertegaz. En 1928 su familia se instaló en Barcelona, donde desarrolló su temprana vocación por la costura. En 1942 abrió su casa de Alta Costura en la ciudad condal²⁵³. En 1945 presentó por primera vez sus colecciones en Norteamérica. Al año siguiente abrió una casa en Madrid a la que siguieron otras en diferentes ciudades de España, miembro de la Cooperativa de Alta Costura Española, que durante años presentó sus colecciones regularmente en Europa, América y Asia. En

²⁵¹ Vaquero Arguelles, Isabel. Artículo El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX. Museo del Traje. Pág. 132.

²⁵² *Ibidem*.

²⁵³ <http://www.rtve.es/television/20110826/manuel-pertegaz-historia-viva-alta-costura/457429.shtml>

los años setenta lanza su primera línea de *Prêt-à-porter*, y produce además accesorios y firma perfumes.

Contemporáneo de ambos, Pertegaz intentó la síntesis entre la sensualidad de Rodríguez y la arquitectura de Balenciaga, con una obra que se distingue por la perfección de los acabados, la innovación y una gran creatividad. Pertegaz está considerado como uno de los pocos auténticos *couturiers* que ha producido España.

Otro fenómeno comenzaba a ocupar un lugar central en el panorama de la moda española de la época. Si bien los grandes almacenes que marcarían las décadas posteriores en abierta competencia, El Corte Inglés y Galerías Preciados habían sido fundados en los años treinta, fue en la década de los cincuenta cuando conocieron una expansión que culminaría en los sesenta y setenta, antes de que el gigante fundado en 1934 por Ramón Fernández Areces copara el sector adquiriendo por fin Galerías Preciados y convirtiéndose en un fenómeno internacional de la producción, distribución y venta de moda española²⁵⁴.

1.2.8.6. EL PUENTE ENTRE DOS MUNDOS, DE LA ALTA COSTURA AL PRÊT A PORTER: YVES SAINT LAURENT

Sin duda, Yves Saint Laurent (Orán, Argelia, 1936) es uno de los diseñadores más importantes de la posguerra. Ha estado en primera línea, trabajando con Dior con apenas 22 años. A los 17 años participó en un concurso patrocinado por el Secretariado Internacional de la Lana, y ganó el primer premio con un vestido de cóctel. En 1954 fue contratado por Christian Dior, y cuando éste murió cuatro años más tarde, en 1957, Saint Laurent se hizo cargo de la casa.

²⁵⁴ *Ibidem*.

Su línea *Trapezio*, de 1958, inspirada en el *Saco* de Balenciaga, pero suavizada, tenía un aire infantil: hombros estrechos, cuerpo semientallado y falda corta de vuelo. En 1960 presentó chaquetas de cuero negro, suéteres de cuello cisne y bajos ribeteados de piel. El público vio la moda de calle rediseñada por un modisto. Aquel mismo año lo llamaron a filas para luchar en la Guerra de Argelia. Meses más tarde fue licenciado por enfermedad (sufrió una crisis nerviosa) y cuando regresó a París, Marc Bohan²⁵⁵ había ocupado su puesto de diseñador jefe de Dior.

Saint Laurent fundó su propia casa en 1961. Al año siguiente presentó un chaquetón marino con botones dorados que fue un éxito, y blusones de punto, seda y raso. Siguió haciendo nuevas aportaciones a la moda año tras año²⁵⁶. Así, en 1963, creó un modelo de botas hasta el muslo copiado en todo el mundo; en 1965, fundió arte y moda en los vestidos *Mondrian*; en 1966, lanzó el *Smoking* femenino, una de sus innovaciones más populares. El mismo año abrió una serie de tiendas de *Prêt-à-porter* que llamó *River Gauche*, con las que conquistó el mercado instantáneamente. Los bombachos de terciopelo fueron una novedad importante en las colecciones de 1967. El año siguiente presentó blusas transparentes y su ya clásica sahariana; en 1969, el traje pantalón; en 1971, el *Blazer*. Siguió dominando el mundo de la moda durante toda la década de 1970. Una de sus colecciones más memorables fue la de 1976, de estilo cosaco. Las faldas largas de vuelo, los corpiños y las botas ejercieron una gran influencia y convirtieron los pañuelos y chales en accesorios de moda permanentes. Puso muy de

²⁵⁵ En 1945 comenzó a desempeñarse en el universo de la moda, y logró adquirir gran experiencia en el diseño al haber trabajado en tres casas de modas de forma consecutiva. Sus inicios fueron como asistente en la casa de Robert Piguet, después pasó a trabajar en la de Molyneux (1949-1951). En 1952 fue diseñador de Madeleine de Rauch; y al poco tiempo abrió su propia casa en París y realizó una sola colección en 1953. Posteriormente, entre 1954 y 1958, se desempeñó como el diseñador de la *Maison* Patou. Este último año, consiguió su trabajo más importante, desempeñarse en la firma Christian Dior. La misma lo contrató como director del salón que tenía en la capital de Inglaterra, Londres. Después, en 1960 sustituyó nada menos que al genial a Yves Saint Laurent (quien se fue porque tuvo que realizar el servicio militar) como director artístico y de diseño, por lo que volvió a la capital francesa. Este puesto lo mantuvo durante más de treinta años, hasta 1990.

²⁵⁶ <http://www.ysl.com/es>

moda los pantalones, convirtió prendas del ropero masculino, -*Blazers*, trincheras y abrigos-, en prendas de moda femeninas, y frecuentó el terciopelo negro (era un gran admirador del uso del terciopelo y del color negro dictados por Balenciaga), hasta el punto de que llegó a hablarse del *terciopelo Saint Laurent*. Sus trajes sastre eran ideales para la mujer ejecutiva, pero sofisticada, que iba apareciendo en los años sesenta. Elegantes, llenos de estilo e informales, reflejaban el espíritu de la época.

Saint Laurent heredó la técnica y la capacidad de lanzar modas de Dior, admiraba la elegancia contenida y visionaria de Balenciaga, desarrolló el sentido de lo femenino de Vionnet, lanzó prendas intemporales emulando a Chanel y rescató el talento de Schiaparelli para ensamblar arte y moda. Se le considera padre de una nueva manera de vestir. A su prolífica y brillante obra, que es el eslabón entre la antigua Alta Costura y el nacimiento del *Prêt-à-porter*, se suma, como iconografía de una época, la imagen de Catherine Deneuve vestida por él en películas como *Belle de jour*²⁵⁷, de Luis Buñuel.



Figura 26. Imágenes de la actriz Catherine Deneuve

²⁵⁷ *Belle de jour* es una película francesa basada en la novela del mismo título de Joseph Kessel. "*Belle de nuit*" significa prostituta en un lenguaje políticamente correcto y, a su vez, "*Belle de jour*" es el nombre de una planta: el dondiego de día, cuyas flores sólo se abren de día: Kessel juega con las palabras. Escéptico sobre las posibilidades de la novela, Luis Buñuel aceptó llevarla a la gran pantalla con la condición de que se le dejara entera libertad para realizar la adaptación. Ganó un León de Oro en el Festival de Venecia.

1.2.8.7. LOS SESENTA: “LO YE-YÉ”

A comienzos de los años sesenta, el ideal de “elegancia impecable” de los cincuenta estaba totalmente ausente de las ideas juveniles. Éstas sólo buscan la ropa cómoda, con un toque de estilo, sí, pero sin pretensiones. Los ideales son democráticos: se huye de todo lo que sea distinguido y perfeccionista. Se cultiva “lo ye-yé”, o sea, lo desenfadado, lo roto, lo que parece sacado del baúl de la abuela, sabiamente mezclado con los accesorios más contestatarios²⁵⁸.

Yves Saint Laurent, antiguo ayudante de Dior, ha abierto su estudio en el 30 bis de la Rue Spontini. Su colorido y su estilo masculino/femenino son vistos como el colmo de la modernidad. Las actrices más en boga, como Catherine Deneuve o Silvie Vartan, adoptan su estilo de un chic decididamente moderno.

Françoise Hardy, musa de las nuevas generaciones, se viste en blanco y negro por Paco Rabanne. Vestidos túnica, inclusión de texturas metalizadas, lúrex y lamé le dan un aspecto de falsa fragilidad.

Thierry Mugler, Montana, Pierre Cardin, Sonia Rykiel, Nino Cerruti, Chanel, Paco Rabanne, André Courrèges y Jean Charles de Castelbajac son, junto con Yves Saint Laurent, Dior y Ungaro, los definitivos “maestros” de la moda francesa, hecha de tejidos sintéticos y tecnológicos, color, fantasía y espíritu liberador²⁵⁹.

*Mayo del 68*²⁶⁰ es el mes de muchas aventuras ideológicas y el del cierre de los talleres de Cristóbal Balenciaga, tras 31 años de indiscutida autoridad. *Me hubiera gustado*

²⁵⁸ Vaquero Arguelles, Isabel. Artículo El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX. Museo del Traje. Pág. 134.

²⁵⁹ Baudot, François. La Moda del siglo XX. Gustavo Gili moda.

²⁶⁰ Se conoce como Mayo francés o Mayo del 68 la cadena de protestas que se llevaron a cabo en Francia y, especialmente, en París durante los meses de mayo y junio de 1968. Esta serie de protestas fue iniciada por grupos estudiantiles de izquierdas contrarios a la sociedad de consumo, a los que posteriormente se unieron grupos de obreros industriales, los sindicatos y el Partido Comunista Francés. Como resultado, tuvo lugar la mayor revuelta estudiantil y la mayor huelga general de la historia de Francia, y posiblemente de Europa occidental, secundada por más de nueve millones de trabajadores.² Estuvo vinculado con el movimiento hippie que se extendía entonces.

hacer un Prêt-à-porter bonito y bien hecho. Pero no tengo ni la juventud ni la energía necesaria, dijo Balenciaga. Y con un gesto “de torero” introdujo en su última colección una soberbia minifalda en seda de *micol tabaco*, cuyo volumen quitaba todo impudor a la minifalda, algo que tanto el propio diseñador como Chanel detestaban. *Detesto la minifalda porque es sale* (sucia) había dicho Chanel. *No será en mi casa en donde hagamos esas mamarrachadas que no gustan a ningún hombre. Desde luego, las mujeres de este tiempo lo han hecho todo para no gustar a los hombres y hay que decir que lo han conseguido.*

La minifalda de equilibrio perfecto, que impedía que se viera la ropa interior, había sido inventada por Courrèges, discípulo de Balenciaga y gran feminista. Pero su coste y su estilo eran claramente de Alta Costura. Fue la inglesa Mary Quant la que popularizó la minifalda, unida a las medias o *pantys* opacos de colores, los zapatos cuadrados y planos con hebillas, y flores por todas partes, hasta en el pelo. Todo ello, conformó el estilo *Carnaby Street*²⁶¹.

Se dibujaba así una criatura diferente, a gusto con su imagen externa, alegre, con colores y formas que en nada recordaban a las estiradas damas de los años cuarenta y cincuenta²⁶². Los sesenta significaron el comienzo de la emancipación femenina, en la vida hogareña, en el trabajo y en la indumentaria: ya nada las detendría nunca más.

El mito de la juventud, la rebeldía, el color y el amor libre, impregnaron con su frescura la moda contestataria, pero alegre, de esta vitalista época. Como contrapunto, Grace

²⁶¹ Calle principal que da nombre a toda una zona comercial en Londres, dedicada a la moda, complementos y un modo de vida (*lifestyle*) moderno. Ubicada en el área de '*Carnaby*', en el distrito *Soho*, cerca de las calles Oxford Street y Regent Street, su nombre proviene de Karnaby House, un gran edificio erigido hacia el este de la zona de referencia, alrededor de 1683. Se desconoce el origen de tal denominación. La calle probablemente se constituyó como tal hacia 1685-1686 y ya en 1690 estaba casi totalmente poblado por pequeñas casas. Carnaby Street se hizo muy popular en la década de los 60, por los seguidores del estilo *Mod* (Modernistas) y de grupos y bandas musicales tales como Rolling Stone, Small Faces y The Beatles, que visitaban habitualmente la zona para hacer sus compras o simplemente pasearse por su entorno. Muy pronto, boutiques de moda alternativa y diseñadores como Mary Quant y Lord John trasladaron sus comercios y talleres a esta calle, también salpicada de bares de música *underground*" como el *Roaring Twenties*.

²⁶² Gavarrón Casado, Lola. Modas recientes (1960-...) Una sinopsis/ crónica apresurada. Museo del Traje.

Kelly, primera americana en ser admitida en el *Gotha* de la nobleza europea, se viste siempre, absolutamente *comme il faut*, impecable. Y lanza, entre otras cosas, el universal bolso *Kelly* de Hermès, inventado en su honor en la centenaria casa francesa de la piel artesana.

En el verano de 1960 tuvo lugar un acontecimiento clave para la historia de los grandes diseñadores. La *Maison* Dior presentaba la que sería la última colección concebida por Yves Saint Laurent para la firma. Se titulaba *Beat*²⁶³ y se inspiraba en Juliette Gréco y el movimiento *beatnik*²⁶⁴ parisino: en negro radical, con líneas juveniles y materiales no ortodoxos para la Alta Costura, contenía un mensaje que la propia marca juzgó demasiado radical. Los *beatniks*, con sus suéteres negros de cuello de cisne y sus gafas oscuras, sus reivindicaciones sociales y sus devaneos con el existencialismo, el *jazz* y las drogas no eran en absoluto el referente que buscaba Dior para afianzar su imagen de marca²⁶⁵. Saint Laurent pidió lo imposible: que la elitista clientela de la firma más importante de la Alta Costura (por entonces responsable de la mitad de las exportaciones de moda francesa) se plegara al signo de los tiempos y aceptara que el nuevo ideal de belleza no procedía solamente del taller, sino de la misma calle, de los

²⁶³ Beatnik es un término inventado en 1958 por el periodista estadounidense Herb Caen con el fin de parodiar y referirse despectivamente a la generación beat y sus seguidores, apenas meses después de que se publicara *En el camino* (*On the Road*), la novela-manifiesto del movimiento escrita por Jack Kerouac. Los escritores *beat* rechazaron el término por despectivo, sin embargo el mismo fue adoptado y difundido ampliamente por los medios de comunicación, aplicándolo a un estereotipo juvenil distinguible por la forma de vestirse y arreglarse que se hizo moda, y relacionándolo con una actitud proclive a la holgazanería, el desenfreno sexual, la violencia, el vandalismo y las pandillas de delincuentes. Con el tiempo la denominación terminó siendo aplicada de manera indiscriminada, tanto al estereotipo, como a los artistas de la generación beat y sus seguidores. Los beats y los beatniks se diluyeron en la segunda mitad de la década de los sesenta, inmersos en los movimientos contraculturales como los encarnados por los *hippies*, el rock, la revolución sexual y las luchas antirracistas y contra la guerra de Vietnam. Fuera de Estados Unidos, ambos términos "beat" y "beatnik" fueron utilizados como sinónimos, sin percibir el sentido paródico del segundo.

²⁶⁴ La palabra *beatnik* fue acuñada por Herb Caen, un popular periodista de San Francisco, para referirse a los *beats* o la Generación Beat, que habían establecido su principal centro de reunión en la Playa Norte de la ciudad.

²⁶⁵ Cabe apuntar que, en el lado opuesto a Dior, los verdaderos beats, intelectuales beligerantes con el sistema, despreciaban la imagen mediática y la estética de "lo beatnik": "El periodista de San Francisco Herb Caen acuñó la palabra (que, a partir de un sarcástico juego de palabras con el recientemente lanzado Sputnik de los rusos, intentaba aparentemente poner en duda la "americanidad" de sangre roja-blanca-azul de los beatniks). Y los medios de comunicación popularizaron el término. Dobie Gillis, la revista Life, Charles Kuralt y una hueste de conductores de espectáculos y periodistas redujeron lo beat a una serie de tontas super_cualidades externas que han permanecido entre nosotros desde entonces: chivas, anteojos de sol, lecturas de poesía, cafés, holgazanes y jerga 'cool, man, cool, en Ray Carney: "Program notes", Beat Culture and the New America, 1950-1965. En <http://www.lib.berkeley.edu/MRC/Carney.html>.

jóvenes que desafiaban la jerarquía social cuya cúspide representaba, precisamente, Dior²⁶⁶. Y para ello, innovó sobre los cuatro temas que articulan esta exposición: el color, el negro, siempre de moda pero nunca de una forma tan excluyente; la materia, cruda, funcional, abriendo la Alta Costura a los tejidos de punto o el cuero; la estructura, simplificada, una proporción simple, renunciando a los volúmenes aparentes en favor de una percepción más natural del cuerpo; y el mensaje, renovador, provocativo y casi profético: *Mi última colección en Dior conmocionó profundamente al mundo de la alta costura. ... Toda aquella inspiración venida de la calle fue considerada muy vulgar por muchas de las personas instaladas en las sillas doradas de la casa de costura. Y sin embargo fue la primera manifestación importante de mi estilo...*²⁶⁷

Las estructuras sociales se estaban desmoronando. *La calle tenía un nuevo orgullo. Su propio chic, y fue para mí una fuente de inspiración, como frecuentemente había de serlo de ahí en adelante*²⁶⁸. Hacia el año 1960 empezaba a producirse ese fenómeno tan característico de la moda contemporánea, consistente en la absorción y resignificación de estilos o estéticas nacidos en un principio como alternativas al discurso hegemónico. Con la colección *Beat*, Saint Laurent abrió una senda que conducía la moda hacia la modernidad. Situó el conflicto social en primer plano y difuminó los límites entre el creador y sus fuentes, entre los *ateliers* y la calle.

Pero, aunque la colección fue un éxito de ventas, Marcel Boussac, a la sazón dueño de Dior, se deshizo rápidamente del joven talento, lo cual, a la larga, resultó ser una gran noticia para la moda. Poco después, Saint Laurent creaba su propia firma, con la que iba a dar respuesta a los deseos de todas aquellas que ya intuían que *para ser hermosa, lo*

²⁶⁶ Vaquero Arguelles, Isabel. Artículo El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX. Museo del Traje. Pág. 134.

²⁶⁷ Figuera, Luis. Yves Saint Laurent, el ángel maldito. <http://nalgasylibros.com/yves-saint-laurent-el-angel-maldito/>

²⁶⁸ Yves Saint Laurent, 1983, en Yves Saint Laurent (catálogo de la exposición). Fundación MAPFRE, Instituto de Cultura, 2011, Madrid.

que una mujer necesita es un suéter negro, una falda negra y caminar del brazo de un hombre al que ame. Para cuando alguien ocurrente se inventó el lema del *Mayo del 68* que encabeza este texto, algunos imposibles ya se habían hecho realidad.

El acercamiento de los diseñadores a la calle propició la convergencia de moda, juventud y vanguardia. Con la aparición del sector de consumidores jóvenes, vino a integrarse definitivamente entre los diseñadores una mayor ansia de experimentación, tanto en lo tecnológico como en lo formal.

El prototipo de joven rebelde, difundido a través de las representaciones encarnadas por Marlon Brando y James Dean, legitimaba de alguna manera la ruptura con las reglas precedentes, en especial con la rigidez de la inmediata posguerra²⁶⁹. En ellos nacía una actitud desafiante y sentimental que habría de expandirse a toda la sociedad y perpetuarse más allá de la moda. Basta observar al Stanley Kowalsky de *Un tranvía llamado deseo* (Elia Kazan, 1951), cuya imagen no ha perdido un ápice de su modernidad sesenta años después²⁷⁰.



Figura 27. Fotogramas de la película *Un tranvía llamado deseo* (1951).

²⁶⁹ La Moda imposible. Museo del Traje. 2012.

²⁷⁰ La escena que mejor muestra esa vigencia es una de las más difundidas de la historia del cine: en ella Kowalsky se despoja de su camiseta sudada ante una desconocida, Dubois, sin ningún pudor e incluso con mani_esta agresividad sexual. Se puede ver el fragmento en Youtube: http://www.youtube.com/watch?v=o_IToyPAUyE

El drama de Tennessee Williams ofrece un excelente cuadro del nuevo panorama social: Nueva Orleans como ejemplo de “cosmópolis” multicultural, la música ²⁷¹ confundiéndose con el rumor de una urbe insomne, casi histérica; y, allí, entre ruidos y asfalto, el prototipo del joven del futuro, arrogante y excesivo, pragmático hasta la crueldad, pero, al mismo tiempo, con un fondo de civilizada nobleza o quizás una cierta aceptación de las normas del mundo que lo rodean. Así se lo expresa el personaje de Blanche Dubois –personificación de un pasado que se desvanece: el de la costura, entre otras cosas- a Kowalsky:

*Yo diría que eres franco, simple y honesto. Primitivo seguramente*²⁷². ¿No había sido el “primitivismo” el germen de la modernidad en las bellas artes?: *Usted y yo somos los dos artistas más importantes de nuestra era: usted en el estilo egipcio, yo en el moderno*, le había dicho unas décadas atrás, en 1908, el aduanero Henri Rousseau a Pablo Picasso, en un aserto que todos se tomaron a broma y que luego fue cobrando más y más sentido para la crítica contemporánea, que localizó en el arte de la Antigüedad y en el de las culturas no occidentales las fuentes principales de la renovación estética protagonizada por las primeras vanguardias.

La chaqueta deportiva y la camiseta sudada de Brando, sus maneras groseras y desenvueltas, señalan un punto de no retorno. El nuevo decoro, la crudeza “primitiva” del comportamiento juvenil²⁷³, donde gana las tendencias de la calle, donde conviven en relativa armonía multitud de culturas y etnias, rangos de edad y posición económica, profesiones y niveles de educación, fobias sociales y parafilias inusitadas, han ido

²⁷¹ *En este barrio de Nueva Orleans siempre se está cerca de una esquina donde hay un bar con un piano sobre cuyo teclado se deslizan con facilidad unos dedos morenos*, Tennessee Williams: *Un tranvía llamado deseo*. Versión española: Enrique Llovet. Ediciones MK, 1988, Madrid. Edición original, 1947.

²⁷² *Ibidem*.

²⁷³ *Los cuatro hombres son viriles, están en el apogeo de la vida y son fuertes, claros y directos como sus camisas*, terreno lo afectivo sobre lo formal y lo expresivo sobre lo bello, determina en la segunda mitad del siglo una subversión del gusto que alcanza el paroxismo en máximas como aquella de Gianni Versace cuando decía *no creo en el buen gusto*.

socavando los principios que regían la creatividad para dejar las puertas abiertas a todo tipo de lenguajes. Los jóvenes, fundamentalmente, son quienes articulan todas esas influencias en su imagen, creando *looks* individuales, estilos personales o estéticas de grupo que exploran todas las posibilidades de la moda.

Mientras la Alta Costura estaba viviendo su época dorada, que arranca oficialmente en 1947 con la colección *Corolle* de Christian Dior, la generación de los nacidos en torno a 1930 preparaba el cambio. En 1955, en pleno auge del *New Look*, Mary Quant abrió su primera *boutique*, Bazaar. La diseñadora fue la primera en responder a la demanda de los jóvenes londinenses, entre los que ya surgían subculturas urbanas como los *mods*²⁷⁴. En un principio se dedicó fundamentalmente a seleccionar las existencias, pero el éxito de un pijama de su propia creación, reproducido en *Harper's Bazaar* y adquirido por una industria americana, así como la dificultad para encontrar ropa capaz de satisfacer el ansia de novedad de su clientela, la empujaron a diseñar. Quant se situó en el extremo opuesto de la Alta Costura al basarse en estructuras extremadamente simples para hacer prendas fáciles de llevar y de combinar. Bajo el logo de la margarita blanca, floreció una de las primeras “multimarcas” de moda, con medias de colores impactantes como el más característico de una amplia gama de productos. La combinación de distintas prendas y complementos permitía crear un *look* ajustado a la personalidad, que además podía renovarse con facilidad gracias a la constante aparición de nuevos y atractivos diseños. El concepto comercial de Quant y su socio y marido, Alexander Plunkett, es prácticamente tan importante como su producto: Bazaar fue la primera *boutique* que ofrecía música a todo volumen y aperitivos, además de abrir hasta más tarde que ningún

²⁷⁴ El mod (del inglés *modernist*, modernista) es una subcultura que se originó en Londres, Inglaterra, a finales de los años 1950 y alcanzó su punto máximo entre principios y mediados de la década de 1960. Los elementos significativos del movimiento mod incluyen la moda (a menudo trajes hechos a la medida); música, incluyendo el soul afroamericano, el ska jamaicano, la música beat británica, y R&B; y los scooters. La escena mod original también fue asociada con el bailar toda la noche en las discotecas, avivado por la anfetamina.⁴ Desde mediados de la década de 1960 En adelante, los medios de comunicación utilizaron a menudo el término *mod* en un sentido más amplio para describir cualquier cosa que era considerada popular, de moda, o moderna.

otro comercio. Un lugar donde el consumidor de la nueva generación se encontraba cómodo y asumía la integración de la moda en su vida social.

La noción de “moda como estilo de vida” se forja entre los jóvenes londinenses. La firma Biba, creada por Barbara Hulanicki y James Fitz-Simon, terminaría de afianzar la idea con una imagen de marca arrolladora y unos espacios comerciales a los que los jóvenes podían acudir simplemente a pasar el rato, sin tener necesariamente que comprar ni sentirse reprendidos por ello. Productos de todo tipo, desde maquillaje a alimentación, expandían los límites de la moda e invitaban al consumidor a sumirse en el estilo propuesto por la diseñadora de origen polaco, que cohesionó definitivamente la imagen del Londres de los años 60.

La eclosión juvenil del *Swinging London*, cuyos más prominentes embajadores fueron The Beatles, tuvo una importante repercusión en la nueva generación de diseñadores. En Francia y Estados Unidos la industria comienza a aceptar propuestas cada vez más radicales y los medios, a hacerse eco de la revuelta²⁷⁵. Poco a poco, la nueva estética va penetrando en la moda oficial, la de las pasarelas de París y las *boutiques* de Nueva York, y, al hacerlo, introduce en el mundo adulto el deseo por lo joven, lo nuevo y moderno.

En 1964, André Courrèges rompía todas las ataduras de la Alta Costura con su colección de primavera. La técnica impoluta aprendida de Balenciaga se unía a la simplicidad del estilo de la calle para crear una moda para el futuro, moda de líneas límpidas, colores planos y materiales tecnológicos.

La minifalda irrumpe en las pasarelas y los grandes nombres de la costura se escandalizan. Pero ya no hay marcha atrás. Muchos diseñadores incorporan

²⁷⁵ La Moda imposible. Museo del Traje. 2012.

inmediatamente el nuevo *look* a su repertorio y Jackie Kennedy da el espaldarazo definitivo al cambio luciendo una minifalda en 1966: la moda será joven o no será. Saint Laurent fue quizás el primero en captar el signo de los tiempos, e incluso encarnó en sí mismo el ideal de juventud y talento; comprendido solo por un puñado de mentes abiertas, Courrèges logró difundir al mundo entero la alianza de la moda con lo joven y vanguardista. Su estética tecnológica pensada para una mujer trabajadora fue ampliamente aceptada y copiosamente imitada. Al lograr imponer esa imagen hipermoderna y no poco teatralizada, Courrèges sienta las bases de la moda contemporánea, una moda que puede entenderse como espectáculo cotidiano y que es en esencia un reflejo del empuje de la juventud y su anhelo de modernidad²⁷⁶.

Aunque Chanel insistiera en negar el atractivo de la minifalda, la realidad se parecía más a lo que Brigitte Bardot decía sobre la ropa de la mítica modista: *Esto es para gente mayor*²⁷⁷. Las referencias de la moda de masas ya no eran la costura ni las damas de la aristocracia, sino los sencillos minivestidos estampados de la actriz, su melena suelta y su comportamiento despreocupado.

Con los diseñadores de la *Space Age*²⁷⁸ puede decirse que la realidad superó a la ficción. Los Courrèges, Ungaro, Cardin y Rabanne se aventuraron en la utopía para marcar una época y dar el pistoletazo de salida al “todo vale” que rigió la moda posterior. Todos ellos, además de compartir un enfoque común, experimentaron con formas y materiales

²⁷⁶ Gutierrez, Juan. La moda imposible. La moda de vanguardia 1960-2010. Catálogo de publicaciones del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en colaboración con el Museo del Traje. 2013.

²⁷⁷ Ibídem.

²⁷⁸ Space Age es el nombre que se le dio al periodo en el que se puso en marcha la carrera espacial y la tecnología espacial empezó su andadura. Normalmente se considera que esta época nació en 1957 con el lanzamiento del satélite ruso Sputnik. Ahora estamos muy acostumbrados a hablar del espacio y de satélites, pero como es de suponer en aquel tiempo supuso toda una revolución social y cultural. Esta locura por la conquista del espacio llegó al diseño y la decoración y durante la década de los años 60 se desarrolló un modelo de decoración basado en el futurismo y en todo lo que tuviera que ver con naves espaciales y formas geométricas.

a la busca de resultados que afectaran al vestir del futuro, aunque muchas veces sus creaciones no pasaron del gesto simbólico²⁷⁹.

No es el caso de Rudi Gernreich, al que puede considerarse representante americano de la *Space Age*. Austriaco de nacimiento y emigrado a los Estados Unidos, el diseñador trasladó a su trabajo los principios de la Bauhaus alemana, lo que equivale a decir que llevó el diseño industrial a la moda.

La adecuación de forma y función, la abolición de las fronteras entre la artesanía y el arte, la sublimación de la idea frente a la ejecución, la importancia de la reproducibilidad y el comercio para el gran público... Gernreich cogió el testigo de Claire McCardell²⁸⁰, la gran renovadora de la moda norteamericana, y dio una vuelta de tuerca a su propuesta. Junto a diseños de geometría elemental, materiales industriales y colores deslumbrantes, su sentido del espectáculo (su verdadera vocación era la danza) le ayudó a potenciar las formas de promoción y exhibición de moda para repercutir con la máxima intensidad en la sociedad. Su alianza con la modelo Peggy Moffitt y el fotógrafo William Claxton (de la que nacieron los primeros videoclips de moda de la historia²⁸¹), sus apariciones en los medios y la polémica despertada por algunas de sus creaciones, fueron vitales para la recepción de su obra²⁸².

Como ejemplo de moda imposible, pocos diseños pueden ser tan elocuentes como el “monokini” de Gernreich, que vio la luz a mediados de los sesenta (si bien había sido diseñado en la década anterior, inspirado en los bañadores infantiles de principios de

²⁷⁹Gutierrez, Juan. *La moda imposible. La moda de vanguardia 1960-2010*. Catálogo de publicaciones del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en colaboración con el Museo del Traje. 2013.

²⁸⁰ La figura de Claire en la moda norteamericana, propone una forma de vestir pero también una manera nueva de hacer industria, naciendo de su mano el *Ready to Wear*. Éste propone una industrialización de las prendas, creando patrones y haciendo uso de tejidos de bajo costo (algodón, denim y punto), estampados y detalles de confección (pespunte, bolsillos de parche, ribetes, abrochado fácil). Las telas fueron utilizadas de distintas maneras, tejidos de lana, se convierten en abrigos de noche, vestidos de noche se hacen a partir de lana suave, que sirven durante el día.

²⁸¹ Basic Black (así se titula el que está considerado el primer vídeo de moda) se puede ver en Youtube: <http://www.youtube.com/watch?v=2ojaofcXmS8>

²⁸² Gutierrez, Juan. *La moda imposible. La moda de vanguardia 1960-2010*. Catálogo de publicaciones del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en colaboración con el Museo del Traje. 2013.

siglo)²⁸³. Con él se rompían todos los tabúes sobre el cuerpo, al integrarlo de forma efectiva en el propio diseño. No obstante, el “monokini” fue en realidad un gesto a medio camino entre la reivindicación y la autopromoción. Una ilusión futurista que valía al diseñador para continuar con su programa de integración de vida y diseño²⁸⁴.

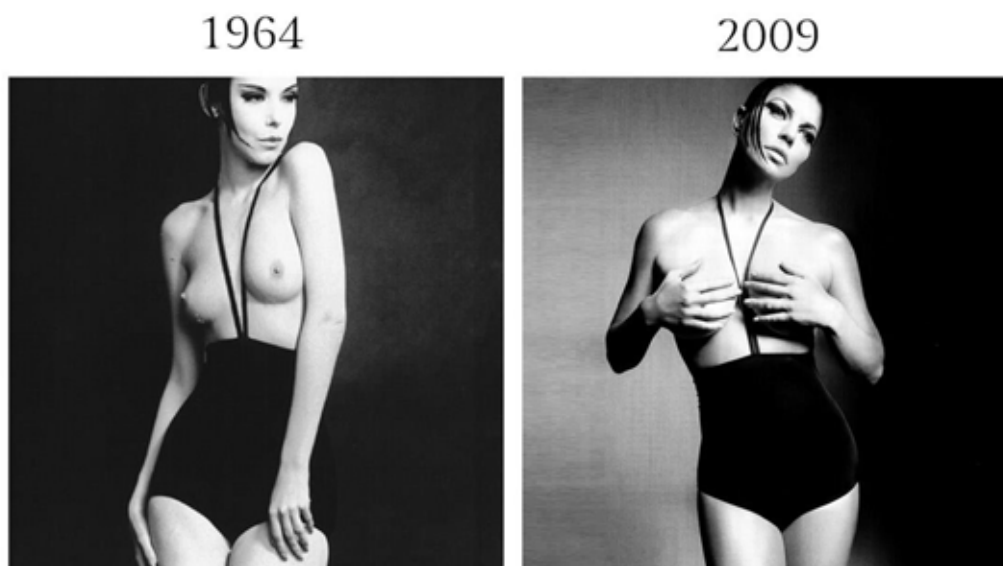


Figura 28. Monokini de Gernreich 1964.

Al otro lado del océano, la vertiente más experimental la protagonizó, sobre todo, Paco Rabanne. El diseñador hispano-francés situó la moda al límite de lo razonable. Sus armaduras futuristas, contrarias a toda lógica del vestir, llevaron la imaginación de las clientas europeas a un mundo tecnológico y erotizado que recreó en el cine la Jane Fonda de *Barbarella* (Roger Vadim, 1968), vestida para la secuencia final por el mismo Rabanne²⁸⁵.

²⁸³ Sobre el “monokini” y su repercusión social: <http://en.wikipedia.org/wiki/Monokini>.

²⁸⁴ “*I consider designing today more a matter of editing than designing*”, Gernreich en entrevista a Los Ángeles Times, 30 de enero de 1972.

²⁸⁵ Gutierrez, Juan. *La moda imposible. La moda de vanguardia 1960-2010*. Catálogo de publicaciones del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en colaboración con el Museo del Traje. 2013.



Figura 29. Jean Fonda como *Barbarella* de Roger Vadim 1968.

Su obra puede ser considerada como pura ciencia ficción desde la perspectiva del consumidor común, pero su aproximación a la indumentaria es también un medio para la fusión de arte y vida. Con sus construcciones de metal y plástico convierte el cuerpo en soporte artístico, establece el nexo que le faltaba a la moda con el arte y abre un campo de posibilidades que enseguida se revelaría fructífero. En 1969, mientras el hombre llegaba a la luna, la moda ya regresaba del futuro. Antes de finalizar la década, lo retro ya había devorado la estética futurista de la *Space Age*.

1.2.8.8.1. ESPAÑA AÑOS SESENTA: LA MODA NUEVA

Una década marcada por la confrontación esperanzada, la rebeldía alegre y el despegue masivo de la liberación femenina. Una década que aún sigue muy viva en los comienzos del siglo XXI. Ganar los tiempos invertidos en pruebas y el nuevo ambiente “desenfadado” que destierra como rancios a las personas “bien vestidas” es el embrión del *Prêt-à-porter*, el fenómeno industrial que permite probarse y llevarse la ropa puesta, en muy poco tiempo y por bastante menos dinero. En España, Marisol marcaba la moda de una adolescencia tranquila, de faldita escocesa y chaqueta *Blaiser*. Su modelo en el

cine y en la vida real supera al de sus rivales: Rocío Dúrcal o Conchita Velasco. En Barcelona, Teresa Gimpera es la musa de la modernidad catalana y supone un espíritu mucho más cosmopolita. En moda, la división está clara: Alta Costura para una pequeña minoría iniciada y ropa de confección y de saldos para la inmensa mayoría. La falta de términos medios expresa muy bien el desequilibrio social debido a la dictadura militar.

La incorporación de las nuevas generaciones a la vida cultural y laboral española, las primeras que pueden viajar al extranjero y estudiar lejos de las cerradas universidades nacionales, el desarrollo incipiente pero imparable de la que llegaría a ser la primera industria nacional, el turismo, y la influencia que unos y otros recibieron de unos medios de comunicación cada vez menos herméticos y sometibles, provocaron el gran cambio que un régimen envejecido trataba de evitar por todos los medios²⁸⁶.

En lo que respecta a la moda, por primera vez en mucho tiempo, la confección española generó nombres que renovaron la oferta estilística y propusieron un decidido acercamiento a los fenómenos estéticos y culturales occidentales. En los años 60 abrieron sus puertas casas de costura que, con humildad y talento, procuraron dotar a las nuevas generaciones de elementos de estilo acordes con su tiempo.

En Alta Costura, el genio indiscutible sigue siendo Balenciaga, *el Emperador*. Las más viajeras se las ingenian para hacerse sus vestidos en los talleres de la Avenue George V, meca del riguroso estilo de Balenciaga. Sus admiradoras, pero sin tantas posibilidades para viajar, se los hacen en los talleres Eisa de Madrid, de donde saldrán, por ejemplo, muchos trajes para Carmencita Franco Polo. El buen hacer y el chic de Manolo Pertegaz y Pedro Rodríguez gozan de todo el respeto nacional. Con ellos, Asunción Bastida, Carmen Mir, Marbel, Herrera y Ollero y Ana de Pombo -sus sombreros en especial-

²⁸⁶ Vaquero Arguelles, Isabel. Artículo El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX. Museo del Traje. Pág. 134.

conforman una década de “fantasía a la española”; es decir, sujeta a las dificultades de abastecimiento de textiles y accesorios y a las censuras pudibundas en cuanto a lo que había que ponerse para cada ocasión.

En el Pabellón de España de la Feria Universal de Nueva York de 1964, Manuel Pertegaz organiza un desfile, con escenografía de Pablo Olivera y Ana de Pombo, que deja maravillado durante mucho tiempo al iniciado público asistente. La calidad de sus telas, la originalidad de sus cortes y lo arriesgado de sus contrastes de color convierten a Manolo Pertegaz en el *Balenciaga hispánico*, o sea, en el modista con mayor prestigio en el panorama nacional español.

A su lado, un jovencísimo cordobés, llamado Elio Berhanyer, empieza a sorprender. Su estilo de líneas cuadradas, con efectos ópticos y textiles de nueva tecnología está en la onda de un Paco Rabanne o un Courrèges en Francia. Sus novias causan sensación por la juventud de sus cortes. En accesorios, nadie supera el talento y la magia de Ana de Pombo. Instalada en la Plaza de los Naranjos de Marbella, hace sombreros inimitables, con materiales de *rien de rien*. Paja, lazos de seda, rafia, abalorios... Con una clientela internacional para quien sus sombreros valen el viaje a Marbella tanto como las bellezas de la preciosa villa marina recién descubierta, Ana de Pombo recupera todo el espíritu de la costura que ella ayudó a florecer en el París de los años treinta y cuarenta, trabajando para Chanel y Paquin.

1.2.8.9. LOS SETENTA: SIGNIFICACIÓN & RENOVACIÓN. *HIPPIES FOR EVER*.

Las utopías de los setenta se encontraban más bien en el pasado, o en culturas exóticas, o en los movimientos sociales, o en paraísos psicotrópicos. Superado el fervor por las formas nuevas, la moda se concentró más en sus significados, en sus posibilidades para comunicar²⁸⁷. Son los años del *boom* de las camisetas serigrafiadas con mensajes e imágenes de todo tipo y de la multiplicación exponencial de subculturas urbanas, cada una con sus propios códigos de indumentaria: *hippies*, *folkies*, *skinheads*, *heavies*, *rastas*, *disco*, *punks*... además de los activistas de género y políticos, que también alimentaron diversas formas de “anti-moda”.

El concepto de “anti-moda” tiene gran relevancia entre las propuestas más vanguardistas a partir de los años setenta. La disipación de criterios sobre el gusto permitiría desde entonces seguir la moda o contravenirla, buscar el embellecimiento a través de la indumentaria o tratar de provocar el rechazo social. Con el advenimiento de la posmodernidad, la atomización de la oferta de estilos y marcas y el incremento del número de tendencias que se generan en la calle, nos permiten encontrar infinidad de experiencias que rayan con lo imposible²⁸⁸. Mucho de “anti-moda” tienen los diseñadores japoneses que durante los años setenta y ochenta se erigieron como vanguardia de la moda occidental. Aunque con estilos completamente distintos, Issey Miyake, Yohji Yamamoto y Rei Kawakubo han formado una triada de referencia para las siguientes generaciones. Junto a ellos Kenzo Takada, Hanae Mori, Gnyuki Torimaru (Yuki) o Kansai Yamamoto trajeron a Europa y Estados Unidos una visión revitalizante. Un denominador común en su concepción de la moda es el distanciamiento entre el cuerpo y la vestimenta, heredado de la indumentaria tradicional japonesa. Una

²⁸⁷ Gutierrez, Juan. *La moda imposible. La moda de vanguardia 1960-2010*. Catálogo de publicaciones del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en colaboración con el Museo del Traje. 2013.

²⁸⁸ *Ibidem*.

geometría rigurosa, independiente de las proporciones del cuerpo, rige la construcción del diseño en casi todos ellos. De ahí nace una estética monacal, tan estricta como delicada, un tanto andrógina y muy intelectualizada. Otro foco importante de renovación, quizás el más influyente a nivel global, fue Italia, donde durante los años setenta marcas de reciente creación y otras de larga trayectoria protagonizaron una eclosión del sector sin precedentes. La eficaz reconversión de la industria textil al *Prêt-à-porter* y la portentosa proyección internacional de la marca Italia, dieron salida a una larga lista de diseñadores que comprendían la moda como forma de arte²⁸⁹.

Capucci y Krizia experimentaron con formas y materiales; Pucci unió su nombre al estilo psicodélico de la década; Missoni o Fiorucci explotaron al máximo las posibilidades del color; Roberta di Camerino jugó con los significados de la indumentaria; Walter Albini se anticipó a los historicismos de los noventa, al tiempo que hizo grandes aportaciones a la mejora de los mecanismos internos del *Prêt-à-porter*. Y entonces llegaron Giorgio y Gianni Versace.

Los setenta fueron los sesenta pero “a lo grande”. Se agudizaron la psicodelia, el op-art²⁹⁰, los hologramas y los efectos ópticos. El mundo fue un caleidoscopio. Los ideales *hippies* se democratizaron, por un lado, y se hicieron más irónicos por otro. Se perdió inocencia. En moda, el bikini reemplazó definitivamente al traje de baño y comenzó la popularización del top-less en las playas. Las alpargatas, los accesorios con raíces étnicas y la profusión de colores marcaron una época con formas de minipull, grandes

²⁸⁹ Ibidem.

²⁹⁰ El Op-art, también conocido como optical art, es un estilo de arte visual que hace uso de ilusiones ópticas. En las obras de op-art el observador participa activamente moviéndose o desplazándose para poder captar el efecto óptico completamente, por tanto se puede decir que no existe ningún aspecto emocional en las obras. Los elementos dominantes del arte óptico son: líneas paralelas rectas o sinuosas, los contrastes cromáticos marcados, ya sean, poli o bi-cromáticos, los cambios de forma o tamaño, la combinación o repetición de formas o figuras; también utiliza figuras geométricas simples como rectángulos, cuadrados, triángulos o círculos. Tras la Segunda Guerra Mundial aparece una nueva generación de artistas abstractos. No sólo se preocupan por comunicar con sus obras un sentimiento, sino que exigen del espectador una actitud activa. En sus obras el ojo debe estar mirando una obra que se mueve, buscando el principio y el fin. El op-art es un movimiento pictórico mientras que el arte cinético es más bien escultórico. En esta época el centro del arte es, definitivamente, Nueva York.

gafas de sol y ceñidos pantalones de pata de elefante. Todo empieza en los pies, los setenta merecen la pena ser estudiados de abajo a arriba²⁹¹. De los pies a la cabeza; pocas épocas de la historia han sido tan inventivas en la exhibición y cuidado de los pies.

Con la séptima década del siglo nacen los popularísimos zuecos. Imitación de los del *Dr. Scholl*²⁹² y recomendados por los pedicuros, los zuecos adoptan formas planas o de altísimas plataformas, colores clásicos o arcoiris de colores y, además, en climas templados, admiten su combinación con *pantys* de todos los colores pensables e impensables. Desde abajo, la década fue ya el triunfo de la psicodelia. Junto a los zuecos, las alpargatas de lazada. Con cuña de cáñamo y motivos étnicos -de rayas o flores-, las alpargatas comulgan con la estética *hippie* que propugna un “vestido ecológico y natural”, y nada más natural que el transpirable cáñamo para soportar los rigores del asfalto en los larguísimos veranos de la gran ciudad. Cuñas, botas, botinas y zuecos significan una orgía de piernas al aire. Se está bajo el imperio de la minifalda, recta o plisada; de las medias caladas de colores; y de los minipulls a juego. La imagen es de babydoll; de muñequita aparentemente frágil. El color de los pies se culmina con el color de las cabezas. Los años setenta son también la gran década del teñido del pelo. Nunca se vieron más melenas pajizas, caobas o decididamente pelirrojas que en esta década²⁹³. Todo valía mientras tuviera color. Color bien visible. Otra gran invención son las grandes gafas de sol y los grandes relojes deportivos -los patata-. Las gafas de sol, de grandes cristales y monturas pastel, nacieron a finales de la década de los años sesenta, pero viven en los setenta todo su esplendor gracias a las primeras

²⁹¹ *Ibidem*.

²⁹² Dr. Scholl es un calzado y cuidado de los pies de la marca propiedad de British-compañía SSL International y fabricado en China. Fundada en 1906 por el podólogo William Mathias Scholl en Chicago, Estados Unidos, la compañía se expandió a nivel mundial a través de su doble-talento para diseñar y patentar más de 1000 productos *footcare*, y encontrar formas originales al mercado.

²⁹³ Gutierrez, Juan. *La moda imposible. La moda de vanguardia 1960-2010*. Catálogo de publicaciones del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en colaboración con el Museo del Traje. 2013.

recomendaciones médicas de protección frente al sol y a la estética Op-art, que reclama colores por todo el cuerpo y la cara.

Los enormes relojes deportivos toman por asalto las muñecas de las adolescentes y las convierten en faros luminosos. Se combinan, en la muñeca opuesta, con grandes pulseras o brazaletes supuestamente africanos o de materiales que necesitan del calor de la piel para su buen mantenimiento, como las turquesas, los corales y los marfiles. Todo tiene un toque artesano. Es el comienzo de la mitificación de lo “hecho a mano”. Como si la paciencia artesana diera una energía mágica a alpargatas, bisutería y ropa; una mitificación que ha durado hasta nuestros días. Es el nacimiento también de la moda *adlib* ibicenca, cuya etimología recuerda precisamente los ideales libertarios de la década: *ad-lib*²⁹⁴ (hacia la libertad).

1.2.8.9.1. IBIZA Y LA MODA *AD LIB*.

Ibiza y sus ropas blancas de arriba abajo, con o sin encajes, con o sin bordados, abanderan esta manera de vestir que da al mismo tiempo un toque muy sexy y muy inocente a las mujeres; como si fueran ninfas. El fenómeno se completa con las grandes bandoleras de cuero repujadas, o con tiras, que perfilan la silueta un poco grandilocuente de los años 70. La década se termina con la aparición de una serie de nombres “contestatarios” por el momento y futuros motores del despegue del *Made in*

²⁹⁴ El concepto de "Moda Adlib" tiene ya una larga tradición y una importante fuerza tanto a nivel industrial, económico, como de atracción turística de Ibiza. Adlib es una moda de carácter artesanal que trabaja los tejidos naturales, bordados y encajes tradicionales y que siempre se copia a pesar del cambio de estilos que envuelven este mundo. Fue creada en 1971 e inspirada en las ropas y vestidos típicos de las Pitiusas con influencias directas del movimiento hippy. Fue impulsada por la princesa yugoslava Smilja Mihailovitch para que la mujer pudiera tener más conciencia de su propio cuerpo y pudiera vestir con más libertad, comodidad y con elegancia; de ahí su lema: "Vístete como quieras, pero con estilo" Muy característica, Adlib es una moda de carácter artesanal y en la que el protagonista es el color blanco, y el uso de tejidos naturales y ligeros, los bordados, el ganchillo, los volantes y los encajes tradicionales. Todo ello para confeccionar prendas con volúmenes que acompañan el movimiento natural del cuerpo. Una de las acciones de promoción de la moda Adlib es la organización de la "Pasarela de Moda Adlib", que se ha convertido en una de las citas ineludibles dentro del circuito de la moda.

Spain en los 80. Son Francis Montesinos, Toni Miró, Santos Montes (*Woolstock*), Manuel Piña y Pepe Rubio. Todos ellos tienen el talento de recuperar raíces étnicas de la indumentaria española y ponerlas al día internacional.

En Europa la atmósfera es muy parecida a la española. Los comodísimos zuecos invaden las calles en verano y se muestran en clásicos marrones en invierno. Las alpargatas, llevadas *avec insouciance* con el talón sin cubrir, revelan ese deseo de ganarse la libertad hasta por lo más sufrido: los pies. Los setenta son también la eclosión del zapato/sandalia de fantasía, por ese curioso paradigma de la moda, que quiere que los fenómenos contrarios se den simultáneamente. Y al mismo tiempo que los comodísimos zuecos y alpargatas, empiezan a verse zapatos sandalias de altísimo tacón –*stiletto*s- con *strass* en las tiras y con unas uñas recién pintadas de colores imprevisibles. Los ideales de comodidad, sin embargo, reaccionan. El algodón, la lana y la seda tienen que luchar duramente para resistir la avalancha de tejidos sintéticos tergaes, poliamidas y poliésteres que no necesitan plancha y que son muchos, menos delicados que los tejidos naturales. Solo las “románticas y ecologistas” defienden con ardor las bondades de los tejidos naturales. Se juega con los plisados permanentes. El rey es un japonés llamado Issey Miyake, sus primeras presentaciones tienen lugar en *La Coupole* de Montparnasse, un *bistrot* donde se reúnen los progres adinerados. Sus plisados causan furor por lo bonito de su movimiento -y hasta de su frufrú²⁹⁵- y lo facilísimo de su mantenimiento. Esa devoción por la ropa fácil explica también la invasión del punto a todas horas. Jerseys, faldas, vestidos y *twin-sets* o conjuntos que se llevan con una simpática hilera de perlas. Los setenta son una década viajera y el punto es lo que mejor viaja, se pliega con cierto cuidado en la maleta y, al llegar al hotel, se lleva a la percha y recupera su aspecto inmediatamente. Con el punto y los plisados, la

²⁹⁵ Ruido que producen las telas cuando se rozan.

tercera gran apuesta de la década es el cuero. El cuero negro en pequeñas cazadoras o *Blousons* que llegan a la cintura y que dibujan mujeres definitivamente “liberadas”, sean del movimiento feminista o no.

El gran rey del cuero es Claude Montana, medio español medio alemán, ha logrado hacerse un gran nombre entre los jóvenes “contestatarios” de Saint Denis. Su cuero no huele, no es rígido ni rancio; es ligero, se ciñe como un guante y parece como una camiseta pegada a la piel, “mórbido” dirían los italianos, que inmediatamente le fabrican estos blusones de cuero, industrialmente. A veces, hasta los clavetea alumbrando ya el movimiento *punk* de los ochenta. Thierry Mugler es el tercer rey de la baraja. Sus sastres son de una feminidad apabullante, felinos²⁹⁶. Dibujan las formas femeninas con un efecto “Hollywood”, que en Nueva York es uno de los nuevos diseñadores franceses que va a ser más rápidamente adoptado. El cuarto rey no es un nombre sino una marca: Cacharel. La primera marca de *Prêt à porter* joven que tiene éxito internacional. Sus faldas Liberty con camisetas de algodón, sus pantalones de popelín de colores y sus *Chemisiers* se vendieron, por primera vez en millones de unidades. Era el triunfo póstumo del “hippismo” pasado por la palanca de la gran industria del *Prêt-à-porter*²⁹⁷.

²⁹⁶ Gutierrez, Juan. *La moda imposible. La moda de vanguardia 1960-2010*. Catálogo de publicaciones del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en colaboración con el Museo del Traje. 2013.

²⁹⁷ Ibidem.

1.2.8.10. LOS OCHENTA SON NUESTROS

Tanto en España como en Europa, los ochenta van a ser una década de creatividad, invención y fantasía, favorecida por la bonanza económica y por la aceptación universal del juego de la moda como algo en lo que merece la pena participar. Los desfiles se convierten en espectáculos; las modelos, en personajes sociales; y los diseñadores reciben honores de sus gobiernos, como si fueron escritores o ingenieros²⁹⁸. La moda se convierte en expresión de la tribu social a la que se pertenece -o se quisiera pertenecer- y todo ello contribuye al despegue del movimiento “marquista” que no sólo no ha remitido sino que sigue cada vez más fuerte en la actualidad.

La España revestida de monarquía constitucional vive su peculiar hechizo con la moda. Vestirse se convierte en una expresión de la propia identidad, contenida y censurada en anteriores décadas franquistas. Vestirse es una cuestión de libertad, como lo es también manifestarse abiertamente en los foros culturales recién estrenados. De todos ellos destaca *La Luna de Madrid*²⁹⁹, expresión de la mágica “Movida madrileña” que no era más que la sacudida enérgica de tantos años de falsa pudibundez en las artes y en las letras. *La Luna de Madrid* nació en noviembre de 1983. Esta revista, estaba hecha en gran formato y papel reciclado, sin publicidad. En ella colaboraban “por placer” Borja Casani, Almodóvar -que se inventa su *alter ego*, la *Patty Diphusa*-; Joaquín Berao, Mariscal, Ouka Lele, Pablo Pérez-Minguez, Jesús del Pozo, Ceesepe, Terenci Moix, El Hortelano, Ramoncín, Aranguren o Eduardo Haro Ibars. Sus contenidos eran todos los que pudieran impulsar hacia una sana liberación de los corsés físicos y mentales del franquismo.

²⁹⁸ Gutierrez, Juan. *La moda imposible. La moda de vanguardia 1960-2010*. Catálogo de publicaciones del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en colaboración con el Museo del Traje. 2013.

²⁹⁹ *La Luna de Madrid* fue una publicación de la Movida madrileña. No fue una revista de periodistas profesionales, o de grupos mediáticos, sino una revista de artistas, con una redacción abierta a colaboradores que, en una gran medida, desinteresadamente participaban en el producto que se hacía.

1.2.8.10. LOS NOVENTA; RESURGIMIENTO EUROPEO

La irrupción de los diseñadores japoneses tuvo, como ya se ha dicho, una enorme repercusión en los modistas de la vanguardia posterior. En Europa, concretamente, su influencia ha resultado muy fructífera, puesto que las propuestas más arriesgadas que encontramos en las últimas décadas se han apoyado en su concepción del diseño de moda.

Después de la confusión de signos que generó la posmodernidad en los años ochenta, los noventa suelen definirse como los años del minimalismo. La moda de los noventa tiende a aunar calidad, diseño y comercialización. Se produce una cierta “llamada al orden” motivada por la saturación formal, por el exceso cromático y la violencia de los volúmenes “ochenteros”³⁰⁰. Sin embargo, en ese mismo contexto nacen -como no podía ser de otra manera, dada la heterogeneidad de la que venimos hablando muchas de las visiones más radicales de la moda contemporánea.

La más localizada de esas propuestas es la que genera el grupo de los llamados Antwerp Six (Los Seis de Amberes)³⁰¹, a los que suele asimilarse, por afinidad conceptual y geográfica, la figura descolante de Martín Margiela. El diseño de moda se ha convertido ya en este momento en una materia de estudio e investigación al más serio nivel. Belgas y holandeses, principalmente, formados en muchos casos en la Escuela de Amberes, recogen todo el bagaje intelectual del diseño japonés, las estrategias de los italianos, el pragmatismo de los anglosajones y la sensibilidad artesanal de los franceses. Y junto a ello, la consideración de la moda como una expresión artística más, que se puede vestir o puede convertirse en instalación museográfica.

³⁰⁰ Gutierrez, Juan. *La moda imposible. La moda de vanguardia 1960-2010*. Catálogo de publicaciones del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en colaboración con el Museo del Traje. 2013.

³⁰¹ Los seis componentes del grupo son: Walter Van Beirendonck, Ann Demeulemeester, Dries Van Noten, Dirk Van Saene, Dirk Bikkembergs y Marina Yee.

Firmas claves de la época serán Gucci y Versace. Gucci propone siluetas sexies, tacones altísimos de acero, trajes masculinos que aportan un sofisticado fetichismo. Versace con su lujo deshinbido, la ostentación y el colorido estrepitoso, pauta en gran parte el panorama de la moda de los primeros años. Por esa misma época destacamos la obra de Giorgio Armani, que se caracteriza por una línea elegante, sobria, con una gama de colores piedras, beige y azules.

Muchos diseñadores se han embarcado en la nueva vanguardia, más reflexiva, más crítica, con una visión más distanciada de la historia y una aproximación más prudente a los terrenos de la utopía: más adulta. Prácticamente nada se escapa a un buen cálculo de probabilidades. Las estéticas hipertecnológicas de Helmut Lang y Hussein Chalayan, el desparrame de formas historicistas de Galliano o las visiones extremas de Alexander McQueen, Viktor&Rolf o David Delfín conviven en la actualidad con individuos comunes que se perforan el cuerpo o se lo tatúan, que se someten a cirugías complejas para cambiar su imagen o se visten con andrajos para demostrar su desprecio a la moda³⁰².

La imagen es cada vez más compleja y tiene cada vez menos barreras que romper. La desnudez ha dejado de ser tabú, e incluso la pornografía ha sido fagocitada por la moda en su voraz avance por la historia³⁰³.

Por sus aportaciones relacionadas con la moda y el arte se han elegido algunos nombres de los diseñadores que se incorporan en esta época. Antonio Miró es y ha sido una de las figuras claves en el diseño español, por su labor conjunta de la creatividad, y por la mirada sobria y elegante que posee con sus prendas. Ha sabido combinar la austeridad

³⁰² Gutierrez, Juan. *La moda imposible. La moda de vanguardia 1960-2010*. Catálogo de publicaciones del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en colaboración con el Museo del Traje. 2013.

³⁰³ Los libros *Kibosh* (2006, Damiani Editore, Bologna) y *Terryworld* (2004), de Dian Hanson. Taschen. Hong Kong Los Angeles, del fotógrafo americano Terry Richardson, son un buen ejemplo de ello.

catalana con el diseño más vanguardista. Miró ha creado una obra siempre en expansión, innovadora y múltiple, sus registros abarcan con acierto la modernidad, la música, el interiorismo y el diseño de accesorios, en definitiva, la cultura en su concepción más universal. Destacan sus escaparates rompedores, a veces convertidos en verdaderas instalaciones. Las palabras de Antonio Miró son clave para entender su trabajo:

(...) Utilizo la moda como forma de expresión y para entender el presente. Para mí lo más difícil en la moda es que una prenda caiga bien, y que esta empiece a tener sentido.

*(...) La moda no tiene sentido si uno no aprecia la poesía, la música y todo lo que se puede desarrollar alrededor del arte y sobre todo la artesanía. El principio poético es la base de todas las artes.*³⁰⁴

Adolfo Domínguez, pertenece al grupo de diseñadores gallegos, que convirtieron antiguas fábricas familiares en sitios modernos, actuales y empresas fulgurantes. Su obra marcó a finales de los ochenta en Madrid, sus gabardinas largas, los colores austeros y monacales, y cierto aire marcadamente lineal, era el sinónimo de llevar su ropa. Sus prendas daban un cierto aire novelesco, de una bohemia urbana muy cuidada.

Sybilla Sorondo, nacida en Nueva York, instalada entre Madrid y París, crea una línea muy personal y particular. Ha trabajado con artistas, escultores, artesanos desde sus comienzos. Ajena a las modas Sybilla se refugia en una poética casi mística, que se

³⁰⁴ Palabras del diseñador Antonio Miró vertidas en *España de moda*, Segovia. Editorial Artec, 2003. Pág. 82.

traduce en una paleta de colores muy especiales, construcciones de formas aparentemente simples que ocultan un complicado patronaje. La paleta de colores es terciaria, siempre consigue combinaciones sutiles, que transmiten un profundo respeto por los colores naturales y los colores del campo.

Es una artista que se alimenta de sí misma y desde el principio ha tenido talento de permanecer ajena a tendencias y a otras oscilaciones mercantilistas. En el año 2003 se celebró en la Feria de las Artes Decorativas de Barcelona, la muestra *20 años no es nada... y feliz la mirada* que realizó un amplio recorrido por su trayectoria.

Custo Dalmau, su ropa se caracteriza por el culto a la imagen gráfica. Excelentes conocedores de la estampación de tejido, han logrado convertir a una prenda tan simple como una camiseta en la prenda emblema de la firma. Las leyendas de las camisetas poseen multiculturalidad, alusiones al pop, al op art, al comic, a las estrellas míticas del rock y a los símbolos emblemáticos.

El malagueño David Delfín concibe a la moda como una forma y un modo de expresión, convirtiéndola en una plataforma donde se trabaja y se mezclan diferentes disciplinas creativas. David Delfín comienza en el mundo de la moda a partir del proyecto de 1999 *Sans titre* sobre el artista Joseph Beuys³⁰⁵. En 2004 abre su primera tienda en la calle Jorge Juan nº 31 en Madrid y presenta la exposición *Cuerpo Extraño* en C. A.C (Centro de Arte Contemporáneo) de Málaga. En 2005 diseña el vestuario del *staff* para el restaurante AROLA en la ampliación del Museo de Arte Contemporáneo Reina Sofía.

Las vinculaciones con el arte están presentes en el trabajo de Delfín. En el año 2001 participó en la dirección artística del cortometraje V.O. dirigido por Antonia Sanjuán,

³⁰⁵ Rodríguez, Rafael. La conjura de los necios. <http://www.elmundo.es/laluna/2002/165/1015410948.html>

en 2003 presenta su colección más polémica bajo el nombre de *Corte de los Milagros* en Pasarela Cibeles, desencadenando una serie de críticas porque, los modelos, parodiando un famoso cuadro de Magritte (*Los amantes*) lucieron en pasarela unas capuchas de gasa que aparentemente les impedía la visión. También en esta misma colección pueden verse claras influencias surrealistas.

1.2.8.11. LA MODA DE VANGUARDIA

Hubo un tiempo en que quizás tenía sentido decir aquello de “como no saben que es imposible lo harán”. Hoy, en un mundo desbordado por los avances tecnológicos y los estímulos mediáticos, la imposibilidad no es más que un reto, un incentivo para la superación personal. Tras haber visto en directo al ser humano paseándose por la luna, o cómo una oveja clonada nos miraba impávida a través de la pantalla, o el inaudito atentado contra las Torres Gemelas, lo imposible queda, en todo caso, inserto en el marco probabilístico que nos rige³⁰⁶. Imposible solo es una forma abreviada de decir una posibilidad entre mil. *Impossible is nothing*.

Los límites de la creatividad en el vestir se estaban expandiendo hasta extremos inconcebibles, hacia lo imposible. Desde el período de entreguerras, la dinámica de la sociedad exigía un cambio de las convenciones indumentarias. La moda de las democracias modernas, cuya figura central fue Chanel, se perfilaba ya en los años veinte y treinta como una respuesta a la ostentación, al tiempo que daba el paso decisivo para la emancipación del cuerpo femenino³⁰⁷.

Pero, como señaló en una ocasión la propia Chanel, hasta los años cincuenta nadie hablaba de juventud, y precisamente entre los jóvenes, lejos de los salones de costura y

³⁰⁶ Gutierrez, Juan. *La moda imposible. La moda de vanguardia 1960-2010*. Catálogo de publicaciones del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en colaboración con el Museo del Traje. 2013.

³⁰⁷ La Moda imposible. Museo del Traje. 2012.

la alta sociedad, se gestaba el gran cambio. La revolución juvenil trajo consigo una amplia diversificación de criterios sobre a quién hay que imitar y de qué manera hay que distinguirse, lo que ponía fin al modelo de transmisión vertical que había dominado los mecanismos de generación de modas durante siglos. Junto a la persistencia del mensaje de estatus y una relativa continuidad de los cánones de belleza y elegancia, se han ido asumiendo también todas las heterodoxias imaginables, hasta el punto de que en la actualidad prevalece la sensación de que ya nada puede sorprender. En su nueva etapa, la moda ha asumido todos los paradigmas de la modernidad la “autorreferencialidad”, la fractura, la ambigüedad, la disolución del individuo, y se ha convertido en el mejor indicador del deseo de cambio que impregna la cultura contemporánea³⁰⁸.

En apenas cinco décadas se ha producido una profunda renovación de los significados y las funciones de la indumentaria. La experimentación técnica, el arte o el activismo social y, desde luego, la calle misma, las expresiones espontáneas de la moda han determinado el camino de muchas propuestas de vanguardia en un diálogo cada vez más fluido entre creadores, productores y consumidores³⁰⁹.

El modista deja de ser un mero artesano, un escultor de tejidos que con más o menos espíritu innovador se enfrenta a la creación de un traje, para convertirse en un vórtice social, un punto de fuga donde confluyen corrientes de pensamiento, derivas del gusto y acontecimientos en general. Aunque el proceso creativo puede afrontarse todavía de muy diferentes maneras, el distanciamiento respecto al trabajo artesanal ha sido cada

³⁰⁸ Opus cit.

³⁰⁹ Opus cit.

vez mayor y los diseñadores han adoptado cada vez más el papel de intérpretes del futuro inmediato³¹⁰.

Armani y Versace, Giorgio y Gianni, se alzaron a principios de los años 80 por encima de todos los modistas del momento como los grandes intérpretes de su tiempo. Desde estilos antitéticos, lo que los dos consiguieron, además de marcar las dos tendencias principales de la década, la pragmática/laboral y la espectacular/festiva, no siempre excluyentes, fue la expansión total de la moda. En el estilo de Versace, concretamente, confluyen no solo la historia del arte y la tecnología, sino el lujo y la vulgaridad, lo imposible y lo evidente, la moda de fiesta, la de calle y los complementos de todo tipo, desde zapatos a menaje del hogar.

El *Prêt-à-porter* desplaza definitivamente la costura, que no obstante vive un resurgir importante en los años ochenta gracias precisamente a la pujanza dada a la moda por los nuevos diseñadores. Nombres como los de Romeo Gigli y Franco Moschino; Thierry Mugler, Christian Lacroix o Jean-Paul Gaultier; Donna Karan y Marc Jacobs, Manuel Piña y Ágatha Ruiz de la Prada, por citar solo a unos pocos, se presentan ante el público como referentes de la modernidad o, más bien, de las distintas maneras de entender la modernidad. La moda termina por penetrar en todos los ámbitos y el diseño afecta a todos los productos de consumo. En España, donde se vive una confusa transición política, se crea la marca “Moda de España” y aparecen programas televisivos especializados (*De Moda*, en TVE), en un intento por asentar en el país una industria

³¹⁰ Ya en los años 60, Herbert Blumer describía así su visión del creador de moda: “There were three lines of preoccupation from which they derived their ideas. One was to pour over old plates of former fashions and depictions of costumes of far-o_ peoples. A second was to brood and reflect over current and recent styles. The third, and most important, was to develop an intimate familiarity with the most recent expressions of modernity as this were to be seen in such areas as the fine arts, recent literature, political debates and *happenings*, and discourse in the sophisticated world. The dress designers were engaged in translating themes from this areas and media into dress designs. [...] above all, they’re seeking to catch the proximate future as it is revealed in modern developments”, en Herbert Blumer: *Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection*, Sociological Quarterly. 1969. En Barnard, Malcom (Ed.): *Fashion Theory*. A. Reader. Routledge, Oxon, 2007.

que se ha erigido en las últimas décadas como una de las más sustanciosas e influyentes del panorama contemporáneo.

Durante los ochenta la moda dejó de ser cosa de unos pocos y también dejó de ser algo relativo simplemente a la “ropa bonita”. El poder comunicativo de la indumentaria, en un marco en el que la distinción social requería nuevas interpretaciones sobre el vestir y el actuar, difundió el consumo de moda a muy diversos niveles, desde el cliente de la Alta Costura al consumidor de firmas de confección (el imperio de la moda “instantánea” de Zara se consolida en España en esta década y llega a Estados Unidos en 1989)³¹¹. Y de alguna forma, ya todos consumimos moda: en el cine y la música, en la comida y a través de la televisión, en el mobiliario urbano y el *packaging* de cualquier producto³¹². El mundo entero se viste de diseño.

³¹¹ Gutierrez, Juan. *La moda imposible. La moda de vanguardia 1960-2010*. Catálogo de publicaciones del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en colaboración con el Museo del Traje. 2013.

³¹² “Today, a designer’s creativity expresses itself more than ever in the marketing rather than in the actual clothes”, en Teri Agins: “What happened to fashion?”. En Welters, Linda y Lillethun, Abby (Eds.): *The Fashion Reader*, Berg, Oxford, 2007.

DE LA INDUMENTARIA A
LA MODA.
ACERCAMIENTO AL
CONCEPTO DE MODA.

El ser humano necesitó utilizar ropaje o indumentaria para protegerse de las inclemencias climáticas y por razones de pudor; pero luego la indumentaria pasó a representar un modo de expresar sus gustos personales, unas costumbres in boga, una manera de mostrar la imagen, de adornarla, de apariencias y de representación cultural cultural y diferenciación de ciertos lugares y épocas, de esta forma nace y se crea la moda.

La moda no se produce en todas las épocas ni en todas las civilizaciones, ésta es la idea base de los análisis que siguen. En contra de una pretendida universalidad transhistórica de la moda, ésta se plantea aquí con un inicio histórico localizable. En contra de la idea de que la moda es un fenómeno consustancial a la vida humano-social, se la afirma como un proceso excepcional, inseparable del nacimiento y desarrollo del mundo moderno occidental³¹³.

³¹³ Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona. Anagrama.

2.1 DE LA INDUMENTARIA A LA MODA

La moda es un fenómeno socio-cultural que surgió en Europa en los albores del Renacimiento. Hasta el siglo XV, como se ha visto, la ropa había sido por supuesto, símbolo de pertenencia a una determinada clase social, pero la innovación renacentista consistió en poner de relieve el valor de la individualización. La ropa comenzó a convertirse en expresión, además, de la personalidad, en exaltación de un gusto propio³¹⁴.

Este fenómeno se correspondió con el surgimiento de un deseo de autoría en todas las artes. La industria textil progresaba y la comunicación por mar con Oriente a través de la ruta de la seda aportaba tintes de colores nuevos, pieles, sedas, tejidos de Damasco, hilos de oro... Entre la aristocracia y la burguesía de las ciudades italianas y flamencas comenzó a desarrollarse un diálogo a través de la vestimenta, un deseo de ser original, que se extendió por toda Europa y no se produjo en ninguna otra cultura. Sin embargo, sólo durante el siglo XX este fenómeno cobra dimensiones desconocidas³¹⁵.

Durante decenas de milenios la vida colectiva se desarrolló sin culto a las fantasías y las novedades, sin la inestabilidad y la temporalidad efímera de la moda, lo que no quiere decir sin cambio ni curiosidad o gusto por las realidades de lo externo³¹⁶. Hasta finales de la Edad Media no es posible reconocer el orden mismo de la moda, la moda como sistema, con sus incesantes metamorfosis, sus sacudidas, sus extravagancias. La renovación de las formas se convierte en un valor, la fantasía despliega sus artificios y sus exageraciones en la alta sociedad, la inconstancia en materia de formas y

³¹⁴ Vaquero Arguelles, Isabel. Artículo El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX. Museo del Traje. Pág. 123.

³¹⁵ Ibidem.

³¹⁶ Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona. Anagrama.

ornamentaciones ya no es la excepción sino regla permanente: ha nacido la moda³¹⁷. Reflexionar sobre la moda requiere que se renuncie a asimilarla a un principio necesaria y universalmente inscrito en el curso del desarrollo de todas las civilizaciones³¹⁸ pero también a hacer de ella una constante histórica basada en raíces antropológicas universales³¹⁹.

En palabras de Lypovetski en su libro *el Imperio de lo efímero*:

(...) el misterio de la moda está ahí, en la unicidad del fenómeno, en la emergencia e instauración de su reino en el Occidente moderno y en ninguna otra parte. Ni fuerza elemental de la vida colectiva ni principio permanente de transformación de las sociedades enraizado en las características generales de la especie humana; la moda es una formación esencialmente sociohistórica, circunscrita a un tipo de sociedad. No es invocando una llamada universalidad de la moda como se revelarán los efectos fascinantes y el poder de la misma en la vida social, sino precisamente delimitando de forma estricta su extensión histórica.

La historia del vestido es, sin duda, la referencia privilegiada de esa problemática. Es, sobre todo, a la luz de las metamorfosis de los estilos y los ritmos precipitados de la transformación de la indumentaria como se impone nuestra concepción histórica de la moda. En la esfera de la apariencia es donde la moda se ha manifestado con mayor brillo y radicalidad, la que durante siglos ha representado la más pura manifestación de

³¹⁷ *Ibidem*.

³¹⁸ Gabriel de Tarde, *Les Lois de Fimitation* (1890), reimpresión Slatkine, Ginebra, 1979. Traducción. *Las leyes de la imitación: estudio sociológico*, Madrid, Daniel Jorro, 1907.

³¹⁹ Por ejemplo en Georg Simmel, en quien la moda se asimila a tendencias psicológicas, universales y contradictorias, a la imitación y la diferenciación individual. Igualmente Rene Konig, *Sociologie de la mode*, París, Payot, 1969.

la organización de lo efímero³²⁰. Vínculo privilegiado el de la moda y el vestir que no tiene nada de fortuito sino que, como se tendrá ocasión de demostrar más adelante, se basa en profundas razones.

Aun así, la moda no se ha mantenido, ni mucho menos, limitada al terreno del vestir. Paralelamente, con distinto grado y rapidez, otros sectores -el mobiliario y los objetos decorativos, el lenguaje y las formas, los gustos y las ideas, los artistas y las obras culturales- han sido ganados por el proceso de la moda, con sus caprichos y sus rápidas oscilaciones.

Forma específica del cambio social, no se halla unida a un objeto determinado sino que es ante todo un dispositivo social caracterizado por una temporalidad particularmente breve, por virajes más o menos antojadizos, pudiendo afectar a muy diversos ámbitos de la vida colectiva³²¹. En los siglos XIX y XX, no cabe duda de que la indumentaria fue lo que encarnó más ostensiblemente el proceso de la moda, el escenario de las innovaciones formales más aceleradas, las más caprichosas, las más espectaculares.

Durante todo ese inmenso período, la apariencia ocupó un lugar preponderante en la historia de la moda, y si bien no traduce de forma ostensible todo lo extraño del mundo de las futilidades y la superficialidad, al menos constituye su mejor vía de acceso, puesto que es la que mejor se conoce, la más descrita, la más representada, la más comentada³²². No hay teoría e historia de la moda que no tome la indumentaria como punto de partida y objeto central de la investigación. Al exhibir los rasgos más significativos del problema, el vestido es por excelencia la esfera apropiada para

³²⁰ Ibidem.

³²¹ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama. 1990. Pág.24.

³²² Ibidem.

deshacer la madeja del sistema de la moda, la única que nos muestra con una cierta unidad toda la heterogeneidad de su orden.

La inteligibilidad de la moda pasa, en primer lugar, por la magia de las apariencias: ése es el polo arquetípico de la moda en la era aristocrática. Aun tratándose de un fenómeno social de gran poder de agitación, desde un amplio punto de vista histórico la moda no escapa a la estabilidad y la regularidad de su funcionamiento básico³²³.

Por un lado, el flujo y reflujo que alimentaron las crónicas de la elegancia, por el otro una asombrosa continuidad plurisecular, que apela a una historia de la moda al más largo plazo, al análisis de las amplias oleadas y de las fracturas que perturbaron su ordenamiento. Pensar en la moda exige salir de la historia positivista y de la periodización clásica en siglos y decenios tan estimada por los historiadores del vestido. No es que esa historia no posea legitimidad, de hecho constituye el punto de partida obligado, la inevitable fuente de información de cualquier reflexión sobre la moda, pero refuerza excesivamente la idea de que la moda no es más que una cadena ininterrumpida y homogénea de variaciones, marcada a intervalos más o menos regulares por innovaciones de mayor o menor alcance: buen conocimiento de los hechos, poca comprensión de la originalidad del fenómeno y de su inscripción real en la gran duración histórica y el conjunto colectivo³²⁴.

Más allá de la transcripción de las novedades de la moda hay que intentar reconstruir los grandes caminos de su historia, comprender su funcionamiento, liberar las lógicas que la organizan y los vínculos que la unen al todo colectivo.

La historia de las estructuras y de la lógica de la moda, punteada de giros, de discontinuidades mayores que instituyen fases de larga y muy larga duración, ésa es la

³²³ Opus cit.

³²⁴ Opus cit, pág 26.

problemática que regula el texto que sigue. Con la importante precisión de que las rupturas de régimen no implican de forma automática transformación total y novedad incomparable. En efecto, más allá de las grandes discontinuidades, de las normas, de las actitudes, los procesos se repiten y se prolongan.

En este recorrido multisecular hay un primer momento que dura cinco siglos: de mediados del siglo XIV a mediados del XIX. Se trata de la fase inaugural de la moda, aquella en la que el ritmo precipitado de las frivolidades y el reino de las fantasías se manifiestan de manera sistemática y duradera. La moda revela ya sus rasgos sociales y estéticos más característicos, pero para grupos muy restringidos que monopolizan el poder de iniciativa y creación. Es el momento del estadio artesanal y aristocrático de la moda.

La legitimidad indiscutida de los legados ancestrales y la valorización de la continuidad social han impuesto en todas partes la regla de la inmovilidad, la repetición de los modelos heredados del pasado, el conservadurismo a ultranza de las maneras de ser y de aparecer. En tales configuraciones colectivas el proceso y la noción de moda no tienen ningún sentido. No es que los primitivos no manifestaran a veces un marcado gusto por las ornamentaciones y persiguieran ciertos efectos estéticos al margen de las vestimentas rituales, pero no era en absoluto nada que pudiera compararse al sistema de la moda. Aunque numerosos, los tipos de decoración, los accesorios y peinados, pinturas y tatuajes, siguen siendo fijados por la tradición, sometidos a normas inalterables, de generación en generación.

Una sociedad hiperconservadora como lo es la primitiva, prohíbe la aparición de la moda porque ésta es inseparable de una relativa descalificación del pasado: no hay moda sin prestigio y superioridad atribuidos a los nuevos modelos y, por tanto, sin

cierto menosprecio por el orden antiguo³²⁵. Centrada por completo en el respeto y la reproducción minuciosa del pasado colectivo, la sociedad primitiva en ningún caso puede dejar que se consagren de forma manifiesta las novedades, la fantasía de los particulares, la autonomía estética de la moda. Sin Estado, ni clases y con la estricta dependencia del pasado mítico, la sociedad primitiva está organizada para contener y negar la dinámica del cambio y de la historia.

Lipovetsky se preguntaba ¿Cómo podría librarse a los caprichos de las novedades cuando al hombre no se le reconoce como autor de su propio universo social, cuando las reglas de vida y las costumbres, las prescripciones y prohibiciones sociales, se imponen como logros de una época fundadora que se trata de perpetuar en una inmutable inmovilidad, cuando la antigüedad y la continuidad del pasado son las bases de la legitimidad?

A los hombres no les queda más que proseguir con la fidelidad más estricta lo que en los tiempos originarios ha sido relatado por las narraciones míticas. En la medida en que las sociedades han sido sometidas, tanto en sus actividades más elementales como en las más cargadas de sentido, a los hechos y gestos de los antepasados fundadores, y en tanto que la unidad individual no ha podido afirmar una relativa independencia frente a las normas colectivas, la lógica de la moda se ha encontrado absolutamente excluida³²⁶.

La sociedad primitiva ha puesto una barrera redhibitoria a la constitución de la moda, en virtud de que ésta consagra explícitamente la iniciativa estética, la fantasía, la originalidad humana y, por añadidura, implica un orden de valores que exalta el

³²⁵ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama. 1990. Pág.29.

³²⁶ Opus cit, pág 29.

presente nuevo en oposición frontal con el modelo de legitimidad inmemorial basado en la sumisión al pasado colectivo³²⁷.

Para que el reino de las frivolidades pueda hacerse presente será preciso que sean reconocidos no solamente el poder de los hombres para modificar la organización de su mundo, sino también, más adelante, la autonomía parcial de los agentes sociales en materia de estética de las apariencias.

La aparición del Estado y de la división en clases no modificó el fondo del problema. A lo largo de los siglos se perpetuarán, idénticas a sí mismas, las mismas formas de hacer, de sentir, de vestirse. En el antiguo Egipto, el mismo tipo de *Vestido-túnica* común a los dos sexos se mantuvo durante casi quince siglos con una permanencia casi absoluta; en Grecia, el *Peplos*, vestimenta femenina, se impuso desde los orígenes hasta mediados del siglo VI antes de nuestra era; en Roma, la indumentaria masculina, la *Toga* y la *Túnica* persistió, con variación de algunos detalles, desde los tiempos más lejanos hasta el final del Imperio. La misma estabilidad en China, en la India, en las civilizaciones orientales tradicionales en las que la ropa no ha admitido más que excepcionales modificaciones: el *Kimono* japonés ha permanecido inalterable durante siglos; en China entre los siglos XVII y XIX el atavío femenino no experimentó ninguna verdadera transformación.

Con toda seguridad el Estado y las conquistas, la dinámica del cambio histórico, las corrientes de importación y de difusión alteraron progresivamente los usos y las costumbres, pero sin adquirir sin embargo un carácter de moda. Salvo fenómenos periféricos, el cambio se cristaliza en nueva norma colectiva permanente: el principio de inmovilidad siempre gana, a despecho de la apertura de la historia. Si el cambio es con

³²⁷ *Ibidem*.

frecuencia resultado de las influencias externas, del contacto con los pueblos extranjeros de los que se copia tal o cual prenda, es también unas veces impulsado por el soberano, a quien se imita -los griegos se cortaron la barba siguiendo el ejemplo y las órdenes de Alejandro-, y otras veces decretado por los conquistadores que imponen su indumentaria a los vencidos, al menos a las clases ricas: así el atavío de los mongoles llegó a ser obligatorio en la India por ellos conquistada³²⁸.

Pero las variaciones en ningún caso proceden de una lógica estética autónoma, no traducen el imperativo de la renovación regular propia de la moda sino influencias ocasionales o relaciones de dominación.

No se trata de la cadena ininterrumpida de pequeñas variaciones constitutivas de la moda, sino de la adopción o de la imposición excepcional de modelos extranjeros que se erigen después en normas estables. Incluso aunque algunas civilizaciones hayan sido mucho menos conservadoras que otras, más abiertas a las novedades del exterior, más deseosas de muestras de lujo, nunca se han acercado a lo que se llama la moda en sentido estricto, o, dicho de otro modo, el reino de lo efímero sistemático, de las fluctuaciones cercanas sin futuro. En ese sentido, las épocas de la moda no pueden definirse, como pensaba Gabriel de Tarde, *solamente por el prestigio de los modelos extranjeros y novedades que, según él, constituían un único proceso*³²⁹.

El prestigio de las realidades extranjeras no basta para quebrantar la fijación a lo tradicional; sólo hay sistema de moda cuando el gusto por las novedades llega a ser un principio constante y regular, cuando ya no se identifica solamente con la curiosidad hacia las cosas exógenas, cuando funciona como exigencia cultural autónoma, relativamente independiente de las relaciones fortuitas con el exterior. En estas

³²⁸ Fernand Braudel, *Civilisation matérielle et capitalisme*, París, Armand Colin, 1967.

³²⁹ Gabriel de Tarde. Opus cita, pág. 268.

condiciones será posible organizar un sistema de frivolidades en continuo movimiento, una lógica de la subasta, del juego sin fin de innovaciones y reacciones.

2.2. APARICIÓN DE LA MODA. LA INCONSTANCIA EN EL VESTIR

La moda en sentido estricto apenas sale a la luz antes de mediados del siglo XIV, momento en que se impone esencialmente por la aparición de un tipo de vestido radicalmente nuevo, diferenciado sólo en razón del sexo: corto y ajustado para el hombre, largo y envolviendo el cuerpo para la mujer³³⁰. Revolución de indumentaria que colocó las bases del vestir moderno. La misma ropa larga y holgada que se había llevado indistintamente durante siglos por los dos sexos, se sustituyó por un atuendo masculino compuesto por un *Jubón*, especie de chaqueta corta y estrecha unida a calzones ceñidos que dibujaban la forma de las piernas, y por un traje femenino que perpetuaba la tradición del vestido largo, pero mucho más ajustado y escotado. Con toda seguridad la gran novedad la constituyó el abandono del sobretodo amplio en forma de blusón, en beneficio de un traje masculino corto, ajustado al talle, cerrado con botones y descubriendo las piernas, moldeadas por medias calzas. Transformación que instituyó una diferencia muy marcada, excepcional entre los trajes masculinos y femeninos, y se hizo extensiva a toda la evolución de las modas futuras hasta el siglo XX. El vestido femenino es asimismo ceñido y exalta los atributos de la feminidad: el traje alarga el cuerpo por mediación de la cola, resalta el busto, las caderas, el arco lumbar. El escote destaca el pecho; en el siglo XV incluso el vientre se pone de relieve por medio de

³³⁰ Francois Boucher, *Historie du costume en Occident de l'Antiquité à nos jours*, París, Flammarion, 1965, págs. 191-198. Asimismo Paul Post, *La naissance du costume masculin moderne au Xive siècle*, *Artes du 1.^{er} Congrès international d'histoire du costume*, Venecia, 1952.

pequeñas bolas prominentes escondidas bajo la ropa, como testimonia el famoso cuadro de Jan Van Eyck *La boda Arnolfini* (1434)³³¹.

Si bien no hay acuerdo en la determinación del lugar donde se produjo esa gran conmoción, sí lo hay en que la innovación se extendió a toda Europa occidental entre 1340 y 1350. A partir de ese momento los cambios van a precipitarse, las variaciones de la apariencia serán más frecuentes, más extravagantes, más arbitrarias; hace su aparición un ritmo desconocido hasta el momento y formas ostensiblemente caprichosas, gratuitas, decorativas, que definen el proceso mismo de la moda³³².

El cambio ya no es un fenómeno accidental, raro, fortuito, se ha convertido en una regla permanente de placer para la alta sociedad, lo fugaz funcionará como una de las estructuras constitutivas de la vida mundana. Con toda probabilidad las fluctuaciones de la moda entre los siglos XIV y XIX no conocieron siempre la misma precipitación.

No cabe ninguna duda de que a finales de la Edad Media los ritmos del cambio fueron menos espectaculares que en el *Siglo de las Luces*, en el que las modas se embalan, cambian cada mes, cada semana, cada día y casi cada hora, obedeciendo a las vibraciones del aire, registrando el último acontecimiento o éxito del día³³³.

Desde finales del siglo XIV, las fantasías, los cambios bruscos, las novedades, se multiplicaron con rapidez, y a partir de entonces en los círculos mundanos jamás dejaron de producirse. Este no es el lugar para emprender la enumeración, aunque fuera sumaria, de los cambios en el corte y de los detalles de los elementos del vestido, hasta tal punto han sido innumerables, tan complejos han sido los ritmos de la moda,

³³¹ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama. 1990. Pág.31.

³³² Opus cit, pág 31.

³³³ Opus cit, pág 31.

variables según los estados y las épocas. La documentación disponible es limitada y fragmentaria, los historiadores del vestir han podido mostrar, sin ningún género de dudas, la irrupción, la instalación histórica de ciclos breves de moda a partir de finales de la Edad Media³³⁴.

Por otra parte, los testimonios de los contemporáneos revelan el excepcional surgimiento de esa corta temporalidad. Así, numerosos autores de finales de la Edad Media y de comienzos de los Tiempos Modernos intentaron dejar constancia, sin duda por primera vez en la historia, de los atuendos que llevaron a lo largo de su vida: *Crónicas del conde de Zimmern*, *Crónica de Konrad Pellikan* de Ruffach, en la que se relatan la emoción suscitada por las modas y las extravagancias de la apariencia y el sentimiento del tiempo que pasa, a través de las diferentes modas indumentarias.

En el siglo XVI, Matthäus Schwarz, director financiero de la casa *Fugger*, emprendió la realización de un libro ilustrado en el que se incluían los dibujos de los trajes que había llevado desde su infancia y después los realizados según sus instrucciones. Atención inédita hacia lo efímero y hacia el cambio de las formas de la ropa así como voluntad de transcribirlas; Matthäus Schwarz puede ser considerado como *el primer historiador del vestido*³³⁵. La curiosidad por las modalidades antiguas del vestir y la percepción de las rápidas variaciones de la moda están también presentes en la exigencia, formulada en 1478 por el rey Rene de Anjou, de investigar los detalles de los atuendos llevados en el pasado por los Condes de Anjou.³³⁶

³³⁴ F. Boucher, op. cit.\ Yvonne Deslandres, *Le Costume, image de l'homme*, París, Albin Michel, 1976; H.H. Hansen, *Historie du costume*, París, 1956. *Sobre el vestido medieval tardío*, Michèle Beaulie, Jacqueline Baylé; *Le costume en Bourgogne*, de Philippe k Hardi a Charles le Temeraire (1364-1477), París, 1956.

³³⁵ Philippe Braunstein, *Approches de l'intimité XIV^eve siècle, Histoire de la vie privée*, París, Ed. du Seuil, 1985, t. II, págs. 571-572.

³³⁶ Philippe Braunstein. Opus cit. Págs. 571-572.

A principios del siglo XVI, Vecellio³³⁷ diseña un libro *De trajes antiguos y modernos*. En Francia en el siglo XVI diferentes autores destacan la inconstancia en el vestir, especialmente Michel de Montaigne, que en su Ensayo número XXXV (*De la costumbre de vestirse*) dice: *Nuestro cambio es tan repentino y rápido en esto que la inventiva de todo los sastres del mundo no podría proporcionar suficientes novedades*.

*A principios del siglo XVII, el carácter proteiforme de la moda y la gran movilidad de los gustos se critican y comentan en todas partes en obras, sátiras y opúsculos: evocar la versatilidad de la moda se ha convertido en una banalidad*³³⁸.

Desde la Antigüedad lo superfluo del arreglo personal y en particular la coquetería femenina han sido objeto de múltiples quejas, pero a partir de los siglos XV y XVI las denuncias recaerán tanto en los atavíos de las mujeres como de los propios hombres, sobre la falta de constancia de los gustos en general³³⁹. La mutabilidad de la moda se ha impuesto a la conciencia de los cronistas como un hecho evidente; la inestabilidad, la extravagancia de las apariencias, se han convertido en objeto de polémica, de asombro, de fascinación, a la vez que en blancos reiterativos para la condena moral. La moda cambia sin cesar, pero en ella no todo cambia. Las modificaciones rápidas afectan sobre todo a los accesorios y ornamentos, a la sutileza de los adornos y la amplitud, en tanto que la estructura de los trajes y las formas generales permanecen mucho más estabilizadas. El cambio de la moda concierne ante todo a los elementos más

³³⁷ El siglo XVI se cierra con la aparición del mayor y más importante libro de trajes conocido hasta el momento: la obra de Cesare Vecellio. Publicado en Venecia en el año 1590, estaba compuesto por 420 grabados sobre madera reproduciendo trajes de Europa, Asia y Africa. Su éxito fue tal que de ella se realizaron hasta cuatro ediciones distintas, variando el idioma, el número y la ornamentación de las figuras y los trajes representados, que fueron además nuevamente grabados.

³³⁸ Françoise Piponnier, *Costume et vie sociale, ja cour d'Anjou, XIV-XV siècle*, París, Mouton, 1970, pág. 9.

³³⁹ <http://ru.iis.sociales.unam.mx/dspace/bitstream/IIS/4585/1/sociedad%20completo.pdf>

superficiales y afecta con menos frecuencia al corte de conjunto de los vestidos. El *Verdugado*, ese armazón con forma de campana que reemplaza al vestido, y que aparece en España hacia 1470, no se abandonará hasta mediados del siglo XVII; el *Ringrave* se utiliza todavía durante un cuarto de siglo, y el *Jubón*, alrededor de sesenta años. La peluca conoció un auge de más de un siglo, la ropa *S la francesa* conservó el mismo corte durante varios decenios desde mediados del siglo XVIII. Son los ornamentos y perifollos, los tonos, cintas y encajes, los detalles de forma, los matices de ancho y largo, los que no cesaron de renovarse: el éxito de los peinados a la *Fatíanges* bajo Luis XIV duró treinta años, pero las formas fueron variando. Se trataba siempre de una construcción elevada y compleja compuesta de cintas, encajes y bucles de cabello, pero presentaba múltiples variantes; a la *cascada*, a la *descarada*, en *empalizada*, etc³⁴⁰. Los *Miriñaques* del siglo XVIII, esas enaguas provistas de aros de metal, estuvieron de moda más de medio siglo, pero con formas y holguras diversas: de velador, de forma circular, de cúpula, que hacía parecer a las mujeres *Aguadoras*, de *recodo*, formando un óvalo, la menor, las chillonas, por el ruido de su tela engomada, las *Consideraciones*, enaguas cortas y ligeras. Avalancha de insignificancias y pequeñas diferencias que forman la moda, que desclasifican o clasifican rápidamente a la persona que las adopta o se mantiene al margen, que convierte súbitamente en obsoleto lo anterior.

Con la moda empieza el poder social de los signos ínfimos, el asombroso dispositivo de distinción social otorgada al uso de los nuevos modelos³⁴¹. Resulta imposible separar esa escalada de modificaciones superficiales de la estabilidad global del vestir la moda no ha podido conocer tal mutabilidad más que sobre una base de orden. Debido a que

³⁴⁰ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama. 1990.

³⁴¹ Rodríguez Caamaño, Manuel. *Temas de sociología*. Editorial Huerga Fierro. 2001. Pág. 347.

los cambios han sido módicos y han preservado la arquitectura de conjunto del traje, las renovaciones han podido acelerarse y provocar “furores”.

Es cierto que la moda conoce también verdaderas innovaciones, pero son mucho más raras que la sucesión de pequeñas modificaciones de detalle. La lógica de los cambios menores es lo que caracteriza propiamente la moda; ésta es, según la expresión de Sapir, ante todo *variación en el seno de una serie conocida*³⁴².

La efervescencia temporal de la moda no debe ser interpretada como la aceleración de las tendencias al cambio, más o menos realizadas según las civilizaciones pero inherentes al hecho humano social³⁴³. No solamente traduce la continuidad de la naturaleza humana (gusto por la novedad y el arreglo personal, deseo de distinción, rivalidad de grupos, etc.) sino también una discontinuidad histórica, una ruptura mayor, aunque circunscrita, con la forma de socialización que se ha venido ejerciendo desde siempre: la lógica inmutable de la tradición.

A escala de la aventura humana, el surgimiento de la temporalidad corta de la moda significa la disyunción con la forma de cohesión colectiva que había asegurado la continuidad acostumbrada; el desarrollo de un nuevo vínculo social paralelamente a un nuevo tiempo social legítimo. En G. de Tarde encontramos ya el correcto análisis de ese proceso: *mientras en las edades de la costumbre reinan el prestigio de la antigüedad y la imitación de los antepasados, en las eras de la moda domina el culto de las novedades así como la emulación de los modelos presentes y extranjeros*. Se quiere ser más parecido a los innovadores de la propia época y menos a sus antepasados.

Gusto por el cambio e influencia determinante de los contemporáneos, estos dos grandes principios que rigen los tiempos de la moda tienen en común que implican el

³⁴² Sapir, Edward. *La mode en Anthropologie*. París, Ed. de Minuit, 1967, pág. 166.

³⁴³ R. König. Opus cit.

mismo desprecio por la herencia ancestral y, correlativamente, la misma dignificación de las normas del presente social.

La radicalidad histórica de la moda instituye un sistema social de espíritu moderno, emancipado de la influencia del pasado; lo antiguo ya no se considera venerable y *sólo el presente parece que debe inspirar respeto*³⁴⁴.

El espacio social del orden tradicional ha desaparecido en beneficio de un vínculo interhumano basado en los decretos versátiles del presente. Figura inaugural y ejemplar de la socialización moderna, la moda ha liberado una instancia de la vida colectiva de la autoridad inmemorial del pasado:

*En los momentos históricos en que prevalecía la costumbre la gente estaba más infatuada del propio país que de la época, pues se vanagloriaba sobre todo de tiempos anteriores. Por el contrario, en las etapas en que domina la moda se está más orgullosa de la época que del país*³⁴⁵.

La alta sociedad fue arrebatada por la fiebre de las novedades, se inflamó con los últimos hallazgos, imitó cada vez más las modas en vigor en Italia, en España, en Francia, y manifestó un verdadero esnobismo por todo lo que era diferente y extranjero.

Con la moda aparece una de las primeras manifestaciones de una relación social que encarna un nuevo tiempo legítimo y una pasión propia de Occidente, la de lo

³⁴⁴ G. de Tarde. Opus cit. Pág. 268.

³⁴⁵ Ibidem, pág. 269.

*moderno*³⁴⁶. La novedad se ha convertido en fuente de valor mundano, marca de excelencia social: hay que seguir “lo que se hace” y es nuevo, y adoptar los últimos cambios del momento. El presente se impone como eje temporal que rige un aspecto superficial pero prestigioso de la vida de las élites.

³⁴⁶ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama. 1990. Pág.32.

2.2.1. MODERNIDAD DE LA MODA

Por una parte la moda ilustra el *ethos* de fasto y dispendio aristocrático, en las antípodas del moderno espíritu burgués consagrado al ahorro, a la previsión, al cálculo; la moda se halla del lado de la irracionalidad de los placeres mundanos y de la superficialidad lúdica, a contracorriente del espíritu de crecimiento y desarrollo del dominio sobre la naturaleza. Pero, por otro lado, la moda forma parte estructural del mundo moderno por venir.

Su inestabilidad significa que la apariencia ya no está sujeta a la legislación intangible de los antepasados, que procede de la decisión y del puro deseo humano. Antes que signo de la sinrazón vanidosa, la moda testimonia el poder del género humano para cambiar e inventar la propia apariencia y éste es precisamente uno de los aspectos del artificialismo moderno, de la empresa de los hombres: llegar a ser los dueños de su condición de existencia³⁴⁷. Con la agitación propia de la moda surge una clase de fenómeno “autónomo” que únicamente responde a los juegos de deseos, caprichos y voluntades humanas; ya nada de lo externo se impone en virtud de costumbres ancestrales, tal o cual atavío, respecto a la apariencia todo está, por derecho, a disposición de las personas, de ahora en adelante libres de modificar y alterar los signos de frivolidad con los únicos límites de las conveniencias y los gustos del momento. Era de la eficacia y época de las frivolidades, la dominación racional de la naturaleza y las locuras lúdicas de la moda sólo son antinómicas en apariencia; de hecho se da un estricto paralelismo entre esos dos tipos de lógicas³⁴⁸. A la vez que en el Occidente moderno los hombres se han dedicado a la explotación intensiva del mundo material y a la racionalización de las tareas productivas, a través de lo efímero, de la moda, han

³⁴⁷ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona: Anagrama. 1990. 35.

³⁴⁸ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona: Anagrama. 1990. Pág.36.

confirmado su poder de iniciativa sobre la apariencia. En los dos casos se afirma la soberanía y autonomía humanas que se ejercen sobre el mundo natural como sobre su decorado estético. *Proteo*³⁴⁹ y *Prometeo*³⁵⁰ provienen del mismo tronco, han instituido juntos, según caminos radicalmente divergentes, la aventura única de la modernidad occidental en vías de apropiación de los datos de su historia.

En algunos momentos de su historia algunas civilizaciones han visto cómo se desarrollaban fenómenos de estética y de frívolos refinamientos. En la Roma Imperial los hombres se teñían y se hacían rizar los cabellos, se perfumaban y se aplicaban lunares para realzar su tez y parecer más jóvenes. Las mujeres elegantes utilizaban afeites y perfumes y llevaban trenzas y pelucas postizas teñidas de rubio o negro ébano. En la época flaviana aparecieron peinados altos y complicados, el cabello se colocaba, enrollado en complejos bucleitos, sobre diademas elevadas. Bajo la influencia de Oriente diversos ornamentos, joyas, bordados y pasamanos vienen a compensar la severidad del antiguo traje femenino. ¿Hay que deducir de ello una manifestación precoz de la moda desde la Antigüedad?

No hay que llamarse a engaño, aunque alguna de estas demostraciones de lujo y elegancia pueda asimilarse a la lógica de la moda, carecen manifiestamente del rasgo más específico de ésta, la precipitada movilidad de las variaciones³⁵¹.

³⁴⁹ En la mitología griega, *Proteo* (en griego antiguo Πρωτεύς *Prôteús*) es un antiguo dios del mar, una de las varias deidades llamadas por Homero en la *Odisea* ‘anciano hombre del mar’ (ἅλιος γέρων: *halios geron*), cuyo nombre sugiere el “primero”, el “primordial” o “primogénito”. Se convirtió en hijo de Poseidón en la teogonía olímpica,² o de Nereo y Doris, o de Océano y una náyade, y fue hecho pastor de las manadas de focas de Poseidón, el gran macho en el centro del harén. Podía predecir el futuro, aunque, en un mitema familiar a diversas culturas, cambiaba de forma para evitar tener que hacerlo, contestando sólo a quien era capaz de capturarlo. De aquí proceden el sustantivo “proteo” y el adjetivo “proteico”, que aluden a quien cambia frecuentemente de opiniones y afectos.

³⁵⁰ En la mitología griega, *Prometeo* (en griego antiguo Προμηθεύς, ‘previsión’, ‘prospección’) es el Titán amigo de los mortales, honrado principalmente por robar el fuego de los dioses en el tallo de una cañaheja, darlo a los hombres para su uso y posteriormente ser castigado por Zeus por este motivo.

³⁵¹ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona: Anagrama. 1990. Pág.37.

No hay sistema de moda al margen de la conjunción de estas dos lógicas: la de lo efímero y la de la fantasía estética³⁵². Esta combinación, que define formalmente el dispositivo de la moda, ha tomado cuerpo una sola vez en la historia, en el inicio de las sociedades modernas.

En otros lugares ha habido esbozos, signos vanguardistas de lo que llamamos la moda, pero nunca como sistema total; las diversas superfluidades decorativas fijadas dentro de límites estrechos no pueden compararse a los excesos y locuras repetitivas de los que ha sido escenario la moda occidental³⁵³. Si bien, como atestiguan las sátiras romanas de la época, algunos elementos rebuscados pudieron alterar la apariencia masculina, las fantasías no modificaron la austeridad del tradicional atavío masculino, siempre fueron raras excepciones y nunca pasaron de la utilización de rizos y el empleo limitado de algunos afeites; situación muy alejada de la moda occidental y de su permanente exceso de excentricidades³⁵⁴.

En las épocas de tradición las fantasías son estructuralmente secundarias respecto a la configuración de conjunto del vestir; pueden acompañarlo y embellecerlo pero respetan siempre el orden general definido por la costumbre. Así, a pesar del gusto por los colores vivos, por las joyas, telas y adornos varios, en Roma el traje femenino cambió muy poco; la antigua túnica de debajo, la *estola*, y el manto drapeado, la *palla*, se siguieron llevando sin grandes modificaciones.

La búsqueda estética es externa al estilo general en vigor, no dispone nuevas estructuras ni nuevas formas de indumentaria, funciona como simple complemento decorativo, ornamento periférico. Por el contrario, con la moda aparece un dispositivo inédito: lo

³⁵² Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona: Anagrama. 1990. Pág.36.

³⁵³ *Ibidem*.

³⁵⁴ *Ibidem*.

artificial no se añade desde fuera a un todo preconstituido sino que, en adelante, define de nuevo y por completo las formas del vestir, tanto los detalles como las líneas esenciales³⁵⁵. Al mismo tiempo la apariencia global de las personas ha basculado en el orden de la teatralidad, de la seducción, del espectáculo mágico, con su profusión de perifollos y perendengues, pero también, y sobre todo, con sus formas raras, extravagantes, “ridículas”. Las *Polainas*, las *Braguetas* prominentes en forma de pene, los escotes, los trajes bicolor de los siglos XIV y XV, más adelante las inmensas *Gorgueras*, el *Ringrave*, los *Miriñaques*, los peinados monumentales y barrocos, todas esas modas más o menos excéntricas, reestructuraron profundamente las siluetas de hombres y mujeres. Bajo el reinado de la moda el artificialismo estético ya no está subordinado a un orden establecido, sino que se halla en la base misma del vestir, que aparece como espectáculo de fiesta estrictamente actual, moderno, lúdico. Los rasgos comunes con el pasado inmemorial del gusto decorativo no deben escondernos la absoluta radicalidad de la moda, el trastrocamiento de la lógica que instituye históricamente: en ese momento el *manierismo*, que se hallaba estrictamente sometido a una estructura surgida del pasado colectivo, se convierte en *premier* en la creación de formas. Antes se contentaba con ornar, ahora inventa con total supremacía el conjunto de la apariencia.

El surgimiento de la moda ha hecho variar por completo la significación social y las referencias temporales del adorno: representación lúdica y gratuita, signo artificial, la indumentaria de moda ha roto todos los vínculos con el pasado y obtiene una parte esencial de su prestigio del presente efímero, chispeante, caprichoso³⁵⁶.

³⁵⁵ Opus cit. Pág. 39.

³⁵⁶ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona: Anagrama. 1990. Pág.38.

Soberanía del capricho y el artificio que desde el siglo XIV al XVIII se impuso de forma idéntica para los dos sexos. Lo propio de la moda durante ese largo período fue impulsar un lujo de adulteraciones teatrales, tanto para los hombres como para las mujeres. Mientras que la moda introdujo una diferencia extrema en la apariencia de los sexos, los condenó al mismo tiempo al culto de las novedades y la afectación. Por otra parte, en muchos aspectos se dio una relativa preponderancia de la ropa masculina en materia de novedades, ornamentaciones y extravagancias³⁵⁷. Con la aparición del traje corto, a mediados del siglo XIV, la moda masculina encarnó de entrada, de forma más directa y ostensible que la de la mujer, la nueva lógica de la apariencia a base de fantasías y cambios rápidos. Todavía en el siglo de Luis XIV el traje masculino es más amanerado, más lleno de cintas, más lúdico (el *Ringrave*) que el vestido femenino. La influencia de las modificaciones del equipo militar en la moda masculina no impidió al proceso de fantasía de ser dominante y jugar con los signos viriles: la moda puso en escena y sofisticó los atributos del combatiente (espuelas doradas, rosas en la espalda, botas adornadas con encajes, etc.), así como simuló lo “natural”.

Habrà que esperar a la gran renuncia del siglo XIX para que la moda masculina se eclipse ante la de la mujer. Los nuevos cánones de elegancia masculina, la discreción, la sobriedad, el rechazo de los colores y de la ornamentación, hará a partir de entonces de la moda en sus artificios, una prerrogativa femenina. Dominada por la lógica de la teatralidad, la moda constituye un sistema inseparable del exceso, la desmesura, lo raro. El destino de la moda es ser inexorablemente arrastrada a una escalada de sobrecargas, de exageraciones de volumen, de amplificación de la forma, ignorando el ridículo. Nadie ha podido impedir a los y las elegantes añadirse una muesca en relación con lo que se lleva, rivalizar en pujas de ostentación formal y lujosa.

³⁵⁷ Ibidem.

Según Gilles Lipovestky, en la moda, lo mínimo y lo máximo, lo sobrio y lo relumbrante, la boga y la reacción que provoca, cualesquiera que sean los efectos estéticos opuestos que suscita, tienen el mismo espíritu: se trata siempre del imperio del capricho, sostenido por la misma pasión de novedad. El reino de la fantasía no significa únicamente extremismo sino también cambio brusco y contrariedad. La moda de la simplicidad y de lo natural que se establece alrededor de 1780, no es menos teatral, artificial, lúdica³⁵⁸, que el anterior lujo de refinamiento amanerado. Si bien es cierto que las modificaciones de la cultura y del espíritu de la época están en la base de las variaciones de la moda, nunca pueden explicar por sí mismas lo nuevo de la moda, su aleatoriedad irreductible, sus innumerables metamorfosis sin razón de necesidad.

Porque la moda no puede dissociarse de la lógica de la fantasía pura, del espíritu de gratuidad y de juego que acompañan ineludiblemente la promoción del individuo mundano y el final del universo inmutable, prefijado, de las formas de la apariencia tradicional³⁵⁹.

Por eso y parafraseando al mismo autor, la moda no ha cesado de suscitar la crítica, de chocar, a menudo de frente, con las normas estéticas, morales y religiosas de los contemporáneos. No se denunciarán solamente la vanidad humana, la ostentación de lujo y la coquetería femenina, son las formas mismas del traje las que se consideran indecentes, escandalosas, ridículas.

En los siglos XIV y XV obispos y predicadores lanzaron violentas diatribas contra la “deshonestidad” de las mangas desbocadas, contra las “desnudeces de garganta” y contra las polainas. Desde la Antigüedad existe una tradición de denigración de la

³⁵⁸ Sobre la influencia del equipo de combate en la apariencia del traje corto masculino en el siglo XIV, cf. P. Post, art. cit., pág. 34.

³⁵⁹ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona: Anagrama. 1990. Pág.39.

futilidad, de los artificios y de los afeites³⁶⁰. En esa etapa se condena el exceso decorativo, pero la norma general del atavío en uso está al abrigo de los sarcasmos.

Por el contrario, con la irrupción de la moda, las propias prendas de vestir se hallan en el origen de la indignación; por primera vez la apariencia no se basa en un consenso social sino que choca con los prejuicios y las costumbres, se ve violentamente condenada por la gente de Iglesia, se la juzga ridícula, inconveniente, fea, por parte de los cronistas. La última moda es sublime para los elegantes, escandalosa para los moralistas y ridícula para el hombre honesto; de ahora en adelante la moda y la desavenencia de opiniones irán juntas³⁶¹.

La apoteosis de la gratuidad estética no ha carecido de efecto sobre las relaciones mundanas entre las personas, sobre los gustos y disposiciones mentales, por el contrario ha contribuido a forjar algunos rasgos característicos de la individualidad moderna. Al disponer un orden hecho a la vez de exceso y de digresiones, la moda ha contribuido al refinamiento del gusto y al agudizamiento de la sensibilidad estética, ha civilizado el ojo educándolo en la discriminación de las pequeñas diferencias, en el disfrute de los pequeños detalles sutiles y delicados, en la acogida de las nuevas formas³⁶². La manera de vestir, que ya no se transmite de generación en generación y conoce una multitud de variaciones y pequeñas opciones, proporciona la ocasión de desprenderse de las normas antiguas, de apreciar más individualmente las formas, de afirmar un gusto más personal; en lo sucesivo puede juzgarse más libremente el porte de los demás, su buen o mal gusto, sus "faltas" o su gracia.

³⁶⁰ Bernard Grillet. *Les Femmes et les fards dans l'Antiquité grecque*, París, Ed. Du C.N.R.S., 1975

³⁶¹ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona: Anagrama. 1990. Pág.39.

³⁶² *Ibidem*.

N. Elías señalaba³⁶³: *de qué manera el universo competitivo de la corte había suscitado el arte de observar e interpretar a sus congéneres, el arte de estudiar los comportamientos y los móviles de los hombres*, es decir, la moda ha contribuido a ello paralelamente a través de la imagen y el gusto.

Con la moda las personas van a observarse, a apreciar sus apariencias recíprocas, a calibrar los matices de corte, colores, motivos del traje. Aparato que genera juicio estético y social, la moda ha favorecido la mirada crítica de la gente mundana, ha estimulado las observaciones más o menos agradables sobre la elegancia de los demás, ha sido un agente de autonomización del gusto, cualquiera que haya sido la amplitud de las corrientes miméticas que lo han sustentado. Pero la moda no ha sido únicamente una escena donde apreciar el espectáculo de los demás, sino que ha supuesto asimismo una trastocación del propio ser, una auto-observación estética sin precedentes³⁶⁴.

La moda ha estado ligada al placer de ver pero también al placer de ser mirado, de exhibirse a la mirada de los demás. Si, como es evidente, la moda no crea todas las piezas del narcisismo, lo reproduce de forma notable, hace de él una estructura constitutiva y permanente de la gente de mundo animándola a ocuparse en adelante de su imagen, a buscar la elegancia, la gracia, la originalidad³⁶⁵.

Las variaciones incesantes de la moda y el código de elegancia invitan a estudiarse, a adaptar las novedades a uno mismo, a preocuparse por el propio porte. La moda no solamente ha permitido mostrar una pertenencia de rango, de clase, de nación, ha sido además un vector de individualización narcisista, un instrumento de liberalización del culto estético del Yo en el seno mismo de una era aristocrática. Primer gran dispositivo

³⁶³ Norbert Elias, *La Société de cour*, París, Calmann-Lévy, 1974, págs. 98-101.

³⁶⁴ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona: Anagrama. 1990. Pág.39.

³⁶⁵ *Ibidem*.

de producción social y regular de la personalidad aparente, la moda ha estetizado e individualizado la vanidad humana, ha conseguido hacer de lo superficial un instrumento de salvación, una finalidad de existencia.

2.2.2. UBICÁNDONOS EN EL TIEMPO

El arte y la moda son indisociables de la modernidad. Se toma como referencia, la idea weberiana de racionalización³⁶⁶, donde se entiende a la modernidad como una profunda transformación cultural, como un proceso que conduce a la creciente autonomía de distintas esferas del saber. La diferenciación de las esferas estética, cognoscitiva y moral respecto de la razón sustantiva religiosa, permite organizar la realidad bajo aspectos específicos de validez. Así, verdad, rectitud normativa, autenticidad y belleza conforman ámbitos de sentido independiente, con lo cual las cuestiones del conocimiento, la justicia y la moralidad, o el gusto constituyen problemáticas independientes bajo el control de especialistas³⁶⁷.

En este sentido, la emergencia de la Alta Costura en París a fines del XIX y la figura del creador independizado del poder político, en el contexto de esta cultura de especialistas, ilustra dicho proceso como indica Lipovetsky en el *Imperio de lo efímero* al decir que: *el corte con el pasado es marcado: de artesano rutinario y tradicional, el modisto deviene genio artístico moderno.*

La Alta Costura es una organización burocrática, regida por el principio de la innovación. La moda ya no es una prerrogativa de cuna, sino una función de un aparato especializado y autónomo definido por el talento y el mérito³⁶⁸. Prefigurada por la racionalización cultural, esta se transforma en objeto de tratamiento especializado y en

³⁶⁶ Aronsosn, Eduardo. *Ensayos sobre la racionalización occidental: la sociología de la religión de Max Weber*. Universidad Nacional de Quilmes. Argentina. 2004.

³⁶⁷ Habermas, J. *La modernidad: un proyecto incompleto*. Kairós, Barcelona. 1985. Pág. 15.

³⁶⁸ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona: Anagrama. 1990. Pág. 105.

la institución que hegemoniza la producción y difusión de las tendencias vestimentarias y del diseño. En relación a la experiencia del tiempo moderno, el diseñador de modas traduce la sensibilidad propia de una época signada por la contemporaneidad, el cambio y la fugacidad. En sintonía con el desarrollo de la racionalidad moderna, el sistema de la moda instaura un ritmo de sucesión regular de las tendencias estéticas y moviliza los engranajes de la esfera productiva, asegurándose el consumo del mercado masivo; sin embargo, su presencia admite otra lectura. Tacos y polisones, sombrillas y ornamentos extravagantes: la moda ofrece una cantera infinita de imágenes en las notas de Walter Benjamín³⁶⁹, un lenguaje fantástico y colorido, una estética onírica y siniestra.

Efectivamente Walter Benjamín nos traslada al mundo de los sueños cuando refiere al significado de la moda en la modernidad. Desde una interpretación poco usual en el materialismo histórico, la moda destila en sus pasajes el perfume de la muerte y su vida efímera evoca contundentemente la estética presurosa de los nuevos tiempos. En las citas apuntadas inconclusamente, pueden advertirse dos entradas al problema pues la metáfora de la moda remite al erotismo a la vez que deja entrever la rivalidad entre las clases sociales³⁷⁰. Así dirá en relación al siglo XIX que:

(...) precisamente en este siglo tan seco y ayuno de fantasía toda la energía onírica de una sociedad se refugió con redoblado ímpetu en el impenetrable y silencioso reino nebuloso de la moda, a donde el entendimiento no podía seguirla. La

³⁶⁹ Benjamin, W. *Libro de los pasajes*. Madrid: Akal. 2005.

³⁷⁰ Por entonces, el aporte de George Simmel con su obra *Filosofía de la moda* resultaría inaugural para la filosofía y la sociología de la moda. En su teoría, el fenómeno se define como la síntesis de las tendencias de imitación y de diferenciación que permiten al individuo integrarse y destacarse simultáneamente del colectivo. Sin embargo, en este punto hemos priorizado la mirada estética que consideramos más adecuada a los fines de este trabajo.

*moda es la precursora del surrealismo, o mejor: la eterna figura que le guarda el asiento*³⁷¹.

El mundo material de la modernidad, su cultura, sus objetos, emergen lúdicamente en el lenguaje de los sueños y las sensaciones oníricas. Las formas de la moda representan la irracionalidad de esos tiempos, el intercambio simbólico con la muerte a través del consumo, en suma, el desafío mismo a los límites de la racionalidad moderna y las instituciones del mundo burgués. A la vez, la fugacidad y el permanente recambio dan cuenta del vínculo inexorable entre ésta y el mundo mercantil. Y es allí donde la figura de la muerte evoca la imagen de aquello que nace para inmediatamente morir en el acto mismo del consumo³⁷². Moda y muerte sintetizan al fin, el diálogo entre la cultura capitalista y la eterna caducidad de las formas mercantiles, una parodia que tiene por protagonistas a la mujer y al cadáver multiforme de la moda³⁷³. En este sentido, el carácter satírico de la moda y su cercanía al erotismo recobran la crítica al mundo fetichizado del capitalismo moderno.

La imagen del fetiche de la mercancía de Marx, en Benjamin se expresa bajo el concepto de fantasmagoría en alusión al:

(...) brillo con que se rodea la sociedad productora de mercancías un brillo que parece estar no menos en conexión con la “bella apariencia” de la estética idealista que con el carácter fetichista de la mercancía. Fantasmagorías son las “imágenes mágicas del siglo”, “ellas son las imágenes desiderativas” del colectivo, mediante las

³⁷¹ Benjamin, W. Opus cit. Madrid: Akal. 2005. Pág. 93.

³⁷² Joly, Verónica. Arte, Moda y Consumo Cultural. Cuadernos del Centro de Estudios del Diseño y Comunicación. Marzo 2012.

³⁷³ La provocación de la muerte mediante la mujer permite a Benjamín asociar la novedad con la imagen de la descomposición, el cambio y la rapidez con la que se sucede la moda, siempre otra para cuando la muerte intenta vencerla.

que éste busca “tanto superar como transfigurar la inmadurez del producto social y las carencias del orden social de producción”³⁷⁴.

Sin embargo, cabe reconocer que los fragmentos de Walter Benjamín dialogan junto a otras voces europeas del siglo XIX, pues la moda ya había convocado en esos días a pensadores como Balzac (1944), Baudelaire (1883) y Simmel (1988) a los que Benjamin refiere en torno a la idea de que ésta constituye esencialmente un comportamiento de clase. La carrera tras la novedad es un movimiento que caracteriza a los estratos superiores frente a la amenaza de imitación de los sectores medios, concepto clásico que se hace presente también en los pasajes benjaminianos. La moda pone en escena la competencia entre las clases por alcanzar la última novedad, y especialmente por diferenciarse las altas de las bajas pues aquéllas la abandonan al momento en que éstas se la apropian.

Pero ¿Qué significado asume el diseño y el vestido de moda en medio de las relaciones de clase? ¿Qué valores introduce en estas mercancías su ser novedoso? ¿Qué efecto ejerce la firma del modisto o la marca del diseñador en el consumo?³⁷⁵

En el marco de consolidación del capitalismo industrial, se impone la estética de la triunfante burguesía y el vestido y sus complementos, se constituyen en el fetiche transformador de la propia imagen de cara a la posición social. Autores como Spencer (1883), Simmel y Veblen (1987) -principalmente el último- explican la forma en que la moda acompaña el ritmo de la sociedad industrial reflejando el carácter clasista de la estratificación moderna. Emblema de lujo y refinamiento burgués, el vestido y complementos han dejado de ser una prerrogativa de cuna para estar a disposición del

³⁷⁴ Benjamin, W. Opus cit. Madrid: Akal. 2005. Págs. 38,39.

³⁷⁵ Joly, Verónica. Arte, Moda y Consumo Cultural. Cuadernos del Centro de Estudios del Diseño y Comunicación. Marzo 2012.

poder adquisitivo: nace la moda como una fantástica industria y como un poderoso aliciente del mercado.

De esta forma, producción y consumo se enlazan en el perpetuo movimiento de la vida económica. Aquella es mediadora de éste al crear los materiales y objetos que el mercado demanda y el consumo es también un vehículo para la producción, pues crea los sujetos para los productos. Los sujetos “son consumidos” por los objetos no menos que aquéllos por éstos. Producción y consumo son los rasgos distintivos de una formación sociocultural y económica conmovida por la transformación de las fuerzas productivas y las relaciones de producción.

En este esquema, la Alta Costura constituirá precisamente el espacio de creación de las colecciones para cada temporada que luego se extenderán masivamente mediante la industria de confección. Modelo y serie generarán así, la dicotomía de la moda moderna en tanto moda de clases desde fines del siglo XIX. Patrón a imitar a los fines de la integración social y simultáneamente, vehículo de diferenciación, el fenómeno de la moda en Simmel se presenta ligado a las pulsiones psicológicas, es decir a la existencia de tendencias universales más que a las características de una formación histórica.

Será Veblen³⁷⁶ en su *Teoría de la clase ociosa* quién introduzca en la explicación del fenómeno la dimensión socioeconómica relacionando la moda con el estilo de vida burgués al decir que ésta es expresión de la cultura pecuniaria de los grupos. El principio del derroche ostensible da cuenta de la lógica a través de la que la mujer burguesa expresa su capacidad de ocio y consumo improductivo en la adquisición de la última novedad, su lejanía respecto del trabajo y el poder económico de la clase a la que pertenece. En síntesis, la diferenciación entre las clases es uno de los principales tópicos

³⁷⁶ Veblen, T. Opus cit. Alianza Editorial. Madrid. 2008. Pág.284.

del análisis sociológico en torno a la moda pero ¿Qué decir de estos objetos? ¿De qué modo el consumo de moda instaaura un lenguaje e introduce una diferencia al momento de escoger la última novedad? No olvidamos que la semiología de la mano de Barthes, Eco y Lurie ha desarrollado una tradición de análisis específica de la moda en tanto lenguaje, analizando los códigos vestimentarios y el discurso propio de la prensa de moda. Sin embargo, aquí nos referimos a la “lectura de los objetos” que propone Baudrillard en relación al consumo. Allí, el lenguaje de la moda equivale al intercambio de signos y producción de diferencias, enfoque que resulta adecuado a la comprensión de la moda como un consumo cultural. Más cercano a nuestros días, Baudrillard presenta el consumo de moda como una lógica de significación en la que poco interesa la materialidad de los objetos, su valor de uso o función. Así dirá que:

*El consumo (...) es la totalidad virtual de todos los objetos y mensajes constituidos desde ahora en un discurso más o menos coherente. En cuanto que tiene un sentido, el consumo es una actividad de manipulación sistemática de signos (...) hoy en día, todos los deseos, los proyectos, las exigencias, todas las pasiones y todas las relaciones se abstraen (o se materializan) en signos y en objetos para ser comprados y consumidos*³⁷⁷.

En estos términos, el signo suspende al utensilio, la función misma del objeto es reemplazada por el valor de signo, es decir la jerarquía y el prestigio que su consumo le reporta al sujeto. También desde una mirada crítica, Bourdieu afirmará que si la Alta Costura consagra la pirámide de la innovación en materia de moda, se debe a que los

³⁷⁷ Baudrillard, J. *El sistema de los objetos*. Madrid: Siglo XXI. 1969. Págs: 224, 225.

bienes que produce están investidos por la dinámica de un juego que los torna legítimos y distintivos³⁷⁸. En el mundo de la Alta Costura los dominantes son los que poseen el poder de constituir objetos como algo raro por el procedimiento de la *griffe*; aquella firma que posee el precio más alto en el mercado³⁷⁹. La lógica de la distinción³⁸⁰ aquí permite entender el modo en que ciertos grupos, se corresponden con el consumo de ciertos bienes, en la topografía social, siendo la moda la encarnación del gusto legítimo.

Creadores, costureros, estilistas o diseñadores (sin olvidar a la prensa de modas y a la crítica especializada) y el poder simbólico que éstos ejercen desde el campo de la moda, instaurando la legitimidad de la última tendencia; permiten comprender que el consumo de moda es una práctica distintiva bien se trate de objetos de lujo o de aquéllos que portan simbólicamente la rareza de su productor³⁸¹.

Ya se trate de una tendencia reconocida por el público, de la oferta validada por el mercado o de una producción cultural legitimada en el mundo del arte; la moda constituye un valor de época, disponiendo sus imágenes a la hegemonía de lo visual.

Como ya es sabido, durante el siglo XX el mundo cambió por completo. Y la moda no fue ninguna excepción y evolucionó a la misma velocidad que lo hacía la sociedad e incluso en algunos aspectos fue capaz de adelantarse a esos cambios. Será este el periodo de estudio que conformará el corpus central de la investigación. Período protagonizado por la Primera Guerra Mundial y el crack de Wall Street en 1929, que condujeron a una época de recesión y de conflictos que desencadenarían la Segunda

³⁷⁸ Bourdieu, P. *Alta costura y Alta cultura en Sociología y cultura*. 1990. México: Grijalbo. Pág: 225.

³⁷⁹ Ibidem. Pág: 216

³⁸⁰ Al respecto, véase Bourdieu, P. 1999. *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*, Madrid. Taurus.

³⁸¹ Hacemos aquí referencia a las piezas de diseño y la legitimidad que estas han adquirido en el mercado y el campo cultural actual, una suerte de reconversión simbólica de la distinción de clase en distinción estética centrada en la búsqueda de diferenciación y unicidad.

Guerra Mundial y que provocaron una situación de vacío, de desolación y de pérdida del sentido.

Se puede decir que Europa vive a comienzos del siglo XX una profunda crisis causada por todos estos grandes cambios sociales, económicos, científicos, tecnológicos, por la aceleración histórica, el progreso, el desarrollo y por la transformación los valores. En este contexto surgieron las Vanguardias Artísticas Europeas, que buscaron en nuestro continente un nuevo lenguaje estético coherente con la nueva sociedad del XX.

Han sido las vanguardias históricas o ismos, los diversos movimientos de protesta los que permiten a esta investigación plantearse una de sus hipótesis, ya que esta época acompaña e invita a ambas disciplinas, Arte y Moda, a romper con los modelos tradicionales y su eternidad, propugnando un nuevo lenguaje expresivo y una nueva forma de libertad del artista & diseñador. Será este período pues, una etapa de fusión entre ambas artes, que promoverá un nuevo lenguaje de creación cuya función y eje será la exploración. Búsqueda que se ha venido desarrollando hasta nuestros días por parte de los artistas y diseñadores actuales, consiguiendo establecer una relación de dependencia movida por un fuerte consumo y una necesidad de deseo y diferenciación, guiños conscientes y homenajes en primera línea de consumo que despiertan de forma inconsciente la individualidad. Logrando también una nueva actitud del espectador ante la obra de arte, haciendo del vestuario y sus complementos un objeto sutil de deseo, una obra de arte admirada ya en los museos.

Desde entonces y hasta ahora se ha acentuado el valor artístico y cultural de las producciones de moda. Lenguajes como los de la instalación, la performance y la intervención suelen ser los más usuales al momento de situar al indumento en el espacio

artístico. Simultáneamente, estos recursos son apropiados por los creadores en la pasarela y en las vitrinas de los emprendimientos comerciales del diseño de autor.

De este cruce se obtiene un cambio funcional en el vestuario y sus complementos, convertido en un objeto más decorativo que práctico, esencia de admiración por parte de los consumidores. No se olvida la puesta en escena de estas grandes firmas, su publicidad, merchandising, pasarelas, eventos que consiguen generar en el espectador una experiencia inolvidable, lujosa y única.

Esta permutación en la práctica de la moda ha conseguido beneficiar a las grandes firmas que han bebido y siguen bebiendo de la inagotable fuente del arte, añadiendo valores añadidos a su producto, beneficios y bienes sustraídos de la relación de sus creadores con el arte que parecen no tener precio en el mercado. Nos sumergimos en la figura y en las funciones del diseñador que se presentarán en el tercer capítulo de nuestra investigación.

2.2.3. MODA & INDIVIDUALISMO Y LIBERTAD ESTÉTICA

La moda como sistema resulta inseparable del “individualismo” dicho de otro modo, de la relativa libertad de las personas para rechazar o aceptar las últimas novedades, del principio que permite adherirse o no a los cánones del momento³⁸². Más allá del innegable conformismo de los comportamientos y de las diferencias de clase, la apariencia se había desprendido de la uniformidad tradicional, y según los siglos, medios y personas se había convertido, de forma muy imperfecta y desigual, en un asunto de gusto privado, de disposición personal³⁸³. Si bien la moda vio desplegarse olas de imitación propagándose de arriba abajo, se caracterizó también por un mimetismo de tipo inédito, mimetismo más estrictamente territorial: la moda de la era aristocrática era una moda nacional.

En lugar de la unidad e identidad del traje en boga en la Europa occidental del siglo XIII, a partir del XIV, y hasta el XIX, ningún estado territorial cesó de singularizar su ropa por medio de elementos particulares, distinguiéndola de la de sus vecinos. La moda registró el aumento del hecho y el sentimiento nacionales en Europa a partir del final de la Edad Media. A su vez, proporcionando una indumentaria nacional, la moda contribuyó a reforzar el sentido de pertenencia a una misma comunidad política y cultural.

No obstante, a pesar del carácter nacional de la moda durante esos casi cinco siglos, las modas se ejercieron durante mucho tiempo en función del prestigio y la preponderancia de los Estados no en función de una institución especializada como sucederá más adelante cuando la Alta Costura se asienta³⁸⁴.

³⁸² Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona: Anagrama. 1990. Pág.106.

³⁸³ *Ibidem*.

³⁸⁴ *Ibidem*.

Durante toda esa larga fase de la historia de la moda los artesanos no fueron más que estrictos ejecutantes al servicio de sus clientes, sin poder de iniciativa ni consagración social; exceptuando a los “mercaderes de moda” del siglo XVIII, no consiguieron imponerse como artistas creadores³⁸⁵. Hubo liberación de los gustos de los elegantes y afirmación de la personalidad del cliente pero no del productor-artesano: en la era aristocrática el principio de individualidad no consiguió superar ese límite. En esas condiciones la evolución de la moda no podía ser determinada por un gremio, privado de autonomía y legitimidad real; por el contrario, se hallaba, al menos parcialmente, bajo la dependencia de la lógica política del poder de las naciones. Tras complejos movimientos y ciclos de influencias que no es este lugar para evocar pero en los que Italia, los Estados borgoñones y España desempeñaron un papel primordial, la moda francesa consiguió, a partir de mediados del siglo XVII, imponerse de forma duradera y aparecer, cada vez más, como faro de la elegancia.

A ese individualismo nacional le hizo eco lo que puede llamarse un *individualismo estético*. Coacción colectiva, la moda permitió una relativa autonomía individual en materia de apariencia e instituyó una relación inédita entre el átomo individual y la regla social. Lo propio de la moda ha sido imponer una norma en conjunto y, simultáneamente, dejar sitio a la manifestación de un gusto personal: hay que ser como los demás pero no absolutamente como ellos, hay que seguir la corriente pero significar un gusto particular³⁸⁶.

Ese dispositivo que conjuga mimetismo e individualismo se encuentra, a diferentes niveles, en todas las esferas donde se ejerce la moda, aunque en ninguna parte se manifiesta con tanta fuerza como en el terreno de la apariencia: el traje, el peinado y el

³⁸⁵ Ibídem.

³⁸⁶ Este punto es destacado por Edmond Globot en *La Barriere et le Niveatt* (1930), Paris. P.U.F., 1967, pág. 47.

maquillaje son los signos más inmediatamente espectaculares de la afirmación del Yo. Si la moda reina hasta ese punto sobre el aspecto externo es porque es un medio privilegiado de la expresión de la unicidad de las personas; además de un signo de condición, de clase y de país, la moda ha sido, ante todo, un instrumento de inscripción de la diferencia y la libertad individuales, aunque sea a nivel “superficial” y, a menudo, de forma tenue.

La lógica de la moda implicará llevar los trajes y modelos del momento, vestir las prendas que se llevan, pero a la vez favorecerá la iniciativa y el gusto individuales en los adornos y las pequeñas fantasías, en los coloridos y motivos del atavío. La estructura del traje es imperativa, no así los accesorios y elementos decorativos, que son opción del gusto y la personalidad individuales.

La elección personal es, de ahora en adelante, inherente al vestuario de moda pero estrictamente limitada a los colores, a algunos detalles de formas, a la profundidad de los escotes, a las cintas y puntos de encaje, a los motivos decorativos, etcétera.

La uniformidad estricta de las modas y el proceso de diferenciación individual son históricamente inseparables; la gran originalidad de la moda consiste en haber unido el conformismo de conjunto a la libertad en las pequeñas elecciones y pequeñas variantes personales, el mimetismo global al individualismo de los detalles. La moda como expresión de la libertad de los individuos.

Este fenómeno ha sido perfectamente destacado, incluso en lo que concierne a la indumentaria en vigor fuera de la corte, como lo demuestran numerosos escritos de la primera mitad del siglo XVII:

*Cuatro franceses que se encuentren sobre el Pont Neuf crearán cada uno su moda, y el más insignificante fanfarrón que pase por allí imaginará lo que sea para hacer otra diferente. De manera que esa Moda no será única, pues habrá tantas como fanfarrones y tantos fanfarrones como franceses*³⁸⁷.

³⁸⁷ Fitelev, *La Contre-Mode* (1642), citado con otros textos igual de significativos por L. Godard de Donville, op. cit., pág. 28. Incluido en el Imperio de lo efímero.

2.2.4. DEL INDIVIDUALISMO SOBERANO AL INDIVIDUO INTRAMUNDANO

De forma simultánea a esa libertad estética, de algún modo minimalista pero general, el individualismo en la moda se ha afirmado de forma más enfática y de manera sistemática en la esfera del poder y en las cortes.

A partir de finales de la Edad Media la moda es tributaria del gusto variable de los monarcas y de los grandes señores. Aparece como un decreto estético que responde a un estado anímico, una inspiración, una voluntad particular, aunque, como es evidente, esté estrictamente circunscrita a los más altos dignatarios, de la sociedad³⁸⁸. El atuendo ya no pertenece a la memoria colectiva sino que se convierte en el reflejo singular de las predilecciones de los soberanos y de los poderosos.

El mimetismo de la moda no puede comprenderse al margen de ese individualismo creativo, históricamente inédito, de los jerarcas. La moda traduce la irrupción explícita y permanente de la iniciativa individual en materia de apariencia, el poder de los grandes de este mundo para interrumpir arbitrariamente la continuidad de los usos, para impulsar los cambios de formas, de volúmenes, de colores.

La divisa del rey René entre 1447 y 1449 se componía de tres colores, negro, blanco y gris, dos años más tarde era blanca y violeta, al final de su reinado sus páginas ostentaban el negro y el carmesí, quizá como reflejo de sus dificultades políticas y sus lutos familiares³⁸⁹- La indumentaria cambia en función de las preferencias de los poderosos, tiende a simbolizar una personalidad, un estado de ánimo, un sentimiento individual, se convierte en signos y lenguajes de igual importancia que las divisas

³⁸⁸ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama. 1990. Pág.49.

³⁸⁹ Fr. Piponnier, op. cit., pág. 245.

bordadas, los monogramas y emblemas que aparecieron en los siglos XIV y XV, como otros tantos símbolos personales de los caballeros.

Más adelante la reina Juana de Portugal lanzó el *Verdugo* para disimular su embarazo; Luis XIII puso de moda las barbas de punta; Luis XIV fue el precursor de diferentes modas masculinas que daban una determinada imagen de su poder; la moda, a diferencia de la tradición, requiere la libre intervención individual, el poder singular y caprichoso de quebrantar el orden de las apariencias³⁹⁰.

Además de los soberanos, a lo largo de los siglos se multiplicarán esos personajes que se constituyen en árbitros y ministros de la elegancia, grandes señores capaces de lanzar modas a las que se unirá su nombre: zapatos a la *Pompignan*, espuelas a la *Guise*, peinado a la *Sévigné*³⁹¹.

El individualismo en la moda se manifiesta con todo su esplendor en, ese poder de algunos nobles para promover deliberadamente novedades, para ser líderes del gusto y la gracia en la alta sociedad. Se revela también, aunque de otra manera, en la búsqueda ostentadora de la diferencia y la originalidad individuales de los cortesanos, pequeños marqueses, gente de la alta sociedad, pavoneándose con vestimentas llamativas por la corte y posteriormente en los salones. El exceso estético y la gratuidad caprichosa se convirtieron en componentes de la moda y en una virtualidad del individuo liberado del orden de la indumentaria tradicional. El mimetismo de la moda no contradice el individualismo, lo acoge bajo dos grandes formas visiblemente opuestas, pero que admiten sutiles grados intermedios y compuestos: por una parte el individualismo de segundo plano de la mayoría, por el otro el individualismo ostentoso de la extravagancia mundana.

³⁹⁰ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama. 1990.

³⁹¹ *Ibidem*.

Las antiguas sociedades no ignoraban la búsqueda estética de los particulares y las manifestaciones del deseo de seducción en materia de apariencia. En Grecia, a partir de la misma pieza de tela rectangular, base del traje antiguo drapeado y similar para ambos sexos, podían realizarse un gran número de ajustes y enrollamientos. Eran posibles múltiples arreglos que revelaban gustos y talentos estéticos particulares, pero esa dimensión personal no es, en ningún caso, asimilable a la lógica individualista constitutiva de la moda. Mientras prevaleció el traje tradicional, la apariencia de las personas estuvo, de hecho y de derecho, subordinada a la regla común ancestral; los agentes sociales no podían transgredir abiertamente los usos e inventar sin cesar nuevas líneas, nuevos estilos. Incluso cuando la variedad de los arreglos era considerable, como en el caso de Grecia, estaban de todos modos ordenados, predeterminados por el conjunto cerrado de las posibles combinaciones. El individuo intangible fijado por la tradición: se daban composiciones y permutaciones pero no innovación formal. Por el contrario la emergencia de la moda coincidió con el trastocamiento de ese dispositivo, con el advenimiento del principio de autonomía individual estética en sus dos grandes manifestaciones: creación soberana para algunos, adaptación de las normas a los gustos de los particulares, para otros. Sin duda la norma colectiva ha continuado prevaleciendo con fuerza, como lo testimonian las corrientes miméticas y las lamentaciones sobre el despotismo de la moda. Pero bajo la apariencia de la continuidad espontánea se ha producido una modificación radical: el individuo ha conquistado el derecho, no total pero sí efectivo, de mostrar un gusto personal, de innovar, de sobresalir en audacia y originalidad³⁹². La individualización del arreglo personal ha ganado una legitimidad mundana, la búsqueda estética de la diferencia y de lo inédito se ha convertido en una lógica constitutiva del universo de las apariencias. Lejos de estar subordinado a una norma de conjunto, el agente individual ha conquistado una parte de iniciativa creadora,

³⁹² Ibidem.

reformatora o adaptadora: la primacía de la ley inmutable del grupo ha cedido paso a la valorización del cambio y de la originalidad individual³⁹³.

Históricamente lo esencial está ahí: el individualismo en la moda es la posibilidad reconocida a la unidad individual -perteneciente a la más alta sociedad- de poder de iniciativa y transformación, de cambiar el orden existente, de apropiarse personalmente del mérito de las novedades o, más modestamente, de introducir elementos de detalle conformes a su propio gusto. Aunque el individuo pueda seguir a menudo obedeciendo de forma fiel las reglas indumentarias colectivas, ha acabado con su sometimiento de principio a la generalidad: allí donde era preceptivo fundirse en la ley del grupo, se trata ahora de hacer prevalecer una idiosincrasia y una distinción singular, donde había que prorrogar el pasado hay legitimidad del cambio y del gusto creativo personal.

De un sistema cerrado, anónimo, estático, se ha pasado a un sistema en teoría sin límites asignables, abierto a la personalización de la apariencia y al cambio deliberado de las formas. Iniciativa individual en los adornos, creación de nuevos signos indumentarios, triunfo de los árbitros de la moda: lejos de ser contraria a la afirmación de la personalidad, como se repite demasiado a menudo, históricamente la moda se ha basado en el valor y la reivindicación de la individualidad, en la legitimidad de la singularidad personal.

En el corazón mismo de un mundo guiado por valores jerárquicos ha aparecido la figura dominante del individuo intramundano propio de las sociedades modernas; individualismo del gusto que se ha desarrollado paralelamente al individualismo económico y religioso, y que ha precedido al individualismo ideológico de la era

³⁹³ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona: Anagrama. 1990. Pág.51.

igualitaria³⁹⁴. La autonomía personal en la práctica de la elegancia ha precedido a la valoración del individuo; característica de la ideología moderna, la libertad de actuación, aunque circunscrita, ha tomado la delantera a la declaración de los derechos del hombre.

Con la moda se pone rápidamente de relieve el advenimiento de un individualismo mundano, en todos los sentidos del término, al acecho tanto del signo de la unicidad de la persona como de la señal de su superioridad social. Del individualismo en la moda durante todo ese período, hay que decir que es un individualismo aristocrático, caso de figura compleja que ha visto cohabitar el principio holista de cohesión social con el principio moderno de la emancipación individual.

No es cierto pues que la moda sea esa nueva empresa tiránica del colectivo denunciada en todas partes; mucho más exactamente, traduce la emergencia de la autonomía de los hombres en el mundo de las apariencias, es un signo inaugural de la emancipación del individualismo estético, la apertura del derecho a la personalización, es decir a la evidencia, sometido a los decretos mutables del conjunto colectivo³⁹⁵.

La moda indica una brecha en la preponderancia inmemorial de la organización holista, a la vez que el límite del proceso de dominación social y política en las sociedades modernas. El crecimiento estatal-administrativo, así como el perfeccionamiento de la programación de las instituciones, no es más que uno de los rostros de la evolución del mundo moderno. Paralelamente al adiestramiento disciplinario y a la creciente penetración de la instancia política en la sociedad civil, la esfera privada se ha desprendido poco a poco de prescripciones colectivas; se ha afirmado la independencia estética allí donde nunca se ha cesado de evocar la dictadura de las modas y la

³⁹⁴ Opus cit. Pág 52.

³⁹⁵ Opus cit. Pág 52.

arrogancia de las personas. Con el lujo y la ambigüedad la moda ha comenzado a expresar esa invención propia de Occidente: el individuo libre, despreocupado, creador y su correspondiente, el éxtasis frívolo del Yo. Simple y brutal en su formulación, el tema de los orígenes de la moda sigue siendo inevitable.

2.3. EUROPA MARCO IDEAL PARA LA APARICIÓN DE LA MODA

No puede ignorarse que, en cuanto a los orígenes y resortes de la moda, nos hallamos desinformados; los modelos que se utilizan como referencia habitual fueron elaborados en el siglo XIX y, desde entonces, la teoría ha avanzado muy poco. En lo esencial se han repetido y sofisticado los principios invariables erigidos en verdad casi dogmática por el pensamiento sociológico. Así se presenta el estado de la cuestión en la que el paradigma sociológico de la distinción de clases ha conseguido aparecer progresivamente como la clave insuperable del fenómeno³⁹⁶.

Las páginas siguientes no comparten esa certeza y parten de la idea de que los modelos sociológicos propuestos están lejos de ser adecuados a su ambición explicativa. Hay que revisar la cuestión de arriba abajo, mostrar los límites del paradigma de la distinción, enriquecer los esquemas de análisis colocando los fenómenos considerados generalmente como secundarios en el lugar que les corresponde. Es necesaria una reinterpretación global de la moda y reconsiderar el papel histórico de las clases y de sus rivalidades. Evidentemente no se puede comprender la aparición de la moda sin relacionarla con un conjunto de condiciones generales propias de Europa occidental a partir del año mil. Condiciones económicas y sociales del momento, pero también, a un nivel más profundo, ese hecho importante que representa el fin de las invasiones externas³⁹⁷.

Con el final de las devastaciones y pillajes de los bárbaros, Occidente va a conocer una inmunidad que no se encuentra prácticamente en ninguna otra parte del mundo. Fenómeno de considerables consecuencias, no sólo para el desarrollo económico

³⁹⁶ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona: Anagrama. 1990.

³⁹⁷ *Ibidem*.

posterior sino, sobre todo, para el progreso de toda la civilización, que no sufrirá más rupturas en su suelo cultural provenientes de poderes extranjeros: las guerras europeas serán múltiples y mortíferas, y se llevarán a cabo siempre en familia, aisladas, como decía Marc Bloch³⁹⁸. Ha sido precisa esa particularidad de Occidente de estar para siempre al abrigo de tales incursiones exteriores, para que una civilización pudiera entregarse a los placeres de la sofisticación de las formas y a la locura de lo efímero.

Los juegos sin límites de la frivolidad sólo han sido posibles en razón de esa profunda estabilidad cultural que ha asegurado un anclaje permanente para la identidad colectiva: en la base del principio de inconstancia la constancia de la identidad occidental, excepcional en la historia. Los factores de la vida económica que caracterizaron la Europa de la Edad Media tuvieron claramente una incidencia más directa. A partir del siglo XI se inició un crecimiento económico continuo basado en intensas realizaciones: en una revolución agrícola y técnica, en el desarrollo del comercio, el reconocimiento monetario y la expansión de las ciudades. Los progresos de la civilización material, el establecimiento del feudalismo, la descomposición del poder monárquico, tuvieron como efecto el aumento de las rentas señoriales y la elevación del nivel de vida aristocrático. Gracias a los recursos incrementados procedentes de la explotación del derecho de *ban*³⁹⁹ y del aumento de la producción rural, se pudieron establecer cortes principescas, ricas y fastuosas, que fueron el sustrato de la moda y de sus manifestaciones de lujo. A todo ello hay que añadir el crecimiento de las ciudades, el asentamiento de ferias y establecimientos y la intensificación de los intercambios

³⁹⁸ Historiador francés especializado en la Francia medieval y fundador de la Escuela de los Annales. Es uno de los intelectuales franceses más destacados de la primera mitad del siglo XX. Durante la Segunda Guerra Mundial se unió a la resistencia francesa, siendo detenido por la Gestapo el 8 de marzo de 1944. Diez días después del desembarco de Normandía fue fusilado junto con otros 29 resistentes. En su obra póstuma *L'Étrange Défaite* ('La extraña derrota') escribió: *Afirmo, pues, si es necesario, frente a la muerte, que nací judío. (...) Extraño a todo formalismo confesional como a toda solidaridad pretendidamente racial, me he sentido, durante toda mi vida, ante todo y simplemente francés... Muero, como he vivido, en buen francés.*

³⁹⁹ Por *ban* se entiende el conjunto de vasallos y feudatarios de un soberano.

comerciales que permitieron la aparición de nuevos focos de grandes fortunas financieras.

En el siglo XIII, mientras las ciudades se expansionan cada vez más y las de Italia se sitúan en el centro de la economía, mientras los hombres de negocios, los mercaderes y los banqueros se enriquecen, una alta burguesía comienza a copiar las maneras y los gustos lujosos de la nobleza⁴⁰⁰. Sobre ese fondo de despegue económico en Occidente, de enriquecimiento de las clases señoriales y burguesas, pudo establecerse la moda. Sin embargo sería inexacto considerar el nacimiento de la moda como un efecto directo de la expansión económica. Precisamente en ese momento en que Occidente conoce el retorno del hambre y la regresión económica, las guerras y bandas armadas, la disminución de las rentas territoriales, las epidemias y la peste, es cuando se desarrolla la moda. La desaparición de las pasiones frívolas acompañó el final de la expansión en el Medievo, cuando el abandono de las tierras y de los trabajos agrícolas por parte de los campesinos provocó la debilitación económica de los señoríos rurales. La eflorescencia de la moda y las dificultades financieras, incluso la ruina de una parte de la nobleza, fueron juntas; ruina que no sólo se explica por la regresión de la explotación de las tierras sino también por la fidelidad a un *ethos* de gasto suntuario. No obstante, la crisis no afectó por igual a todas las regiones y a todos los sectores de la economía. No impidió a algunos terratenientes mantener su poder, incluso desarrollar, en el siglo XV, grandes explotaciones rurales. No impidió a los banqueros, hombres de negocios y mercaderes, incrementar el tráfico de plata, especias, telas o trigo, ni comprar feudos provistos de derechos de *ban* e impuestos. Aun cuando las actividades mercantiles del final de la Edad Media sufrieron las consecuencias de los malos tiempos y ya no eran las de la época de las cruzadas, permitieron la continuidad del desarrollo de las ciudades

⁴⁰⁰ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona: Anagrama. 1990.

de Italia o de la Hansa germánica, así como el espectacular aumento de nuevos focos de prosperidad en Castilla, el sur de Alemania, Lombardía, Inglaterra. El gusto por el lujo y los ruinosos despilfarros empleados en prestigio, especialmente vestuario, lejos de disminuir se extendieron a la burguesía, ávida de exhibir los signos de su nuevo poder, al igual que en la clase señorial, preocupada por mantener el rango⁴⁰¹. En ese sentido la aparición de la moda traduce menos un gran cambio económico que la continuidad, incluso exacerbación, de una tradición aristocrática de magnificencia que la crisis económica no consiguió erradicar.

Paralelamente a esas fluctuaciones de la vida económica, otras dimensiones de la civilización material, la amplitud de los intercambios internacionales, el renacimiento urbano y el nuevo dinamismo del artesano influyeron igualmente, aunque de diversa forma, sobre el desarrollo de la moda. En la Edad Media, las industrias textiles y el gran tráfico comercial permitieron diversificar los materiales destinados a la fabricación de trajes: seda de Extremo Oriente, pieles preciosas de Rusia y Escandinavia, algodón turco, sirio o egipcio, cueros de Rabat, plumas de África, productos colorantes (quermes, laca, índigo) del Asia Menor. Las industrias del tejido y del tinte pudieron realizar telas de lujo que circularon por toda la Europa de los poderosos por medio de las ferias y del tráfico marítimo: paños de Flandes e Inglaterra, telas de lino del sur de Alemania, telas de cáñamo del país de Saone y de Bresse, terciopelo de Milán, Venecia, Génova. Pero con el desarrollo de las ciudades medievales se instauró sobre todo un alto grado en la división del trabajo, una especialización intensiva de los oficios, dotados hacia mediados del siglo XIII y a través de los gremios, de una organización minuciosa y de una reglamentación colectiva encargada de controlar la calidad de las obras así como la formación profesional. Entre 1260 y 1270 el *Libro de los oficios* de Etienne

⁴⁰¹ Ibidem.

Boileau⁴⁰² mencionaba ya una decena de profesiones que en París se dedicaban al vestido y al arreglo personal: sastres, modistas, zapateros, forradores, sombrereros, etc.

Habrà que esperar hasta 1675 para que se constituya el gremio de modistos y obtenga autorización para hacer vestidos de mujer, excepto los corsés de ballenas y las colas: hasta entonces sólo los sastres tenían el privilegio de vestir a los dos sexos. Los oficios, con sus monopolios, sus reglas tradicionalmente fijadas y registradas por los gremios, desempeñaron un papel muy importante en la producción de la moda hasta mediados del siglo XIX⁴⁰³.

Por una parte, la extrema especialización y el encuadramiento corporativo frenaron el dinamismo de los oficios, la iniciativa y la imaginación individuales. Por otra, permitieron múltiples innovaciones en el tejido, los tintes, la realización, y fueron condición indispensable para una producción de alta calidad. La moda con su complicada realización, con su refinamiento de los detalles, sólo pudo desarrollarse a partir de esa separación de tareas. Refiriéndonos al traje corto masculino que inaugura los comienzos de la moda, ¿cómo habría podido aparecer sin un gremio ya altamente cualificado? A diferencia del blusón medieval, largo, amplio, que se quitaba por la cabeza, el nuevo traje masculino era muy estrecho a la altura del talle y abombado en el pecho. Semejante transformación en el vestir exigía un corte de gran precisión, un trabajo de los sastres cada vez más complicado, una capacidad de innovación incluso en las técnicas de confección (botonaduras, cordones...). Aun cuando los sastres y demás profesionales del vestir no tuvieran ningún reconocimiento social y permanecieran a la sombra de sus clientes prestigiosos, contribuyeron de forma determinante, por su

⁴⁰² Autor de estatuto los orfebres de 1260, una colección de los estatutos de los gremios comerciales parisinos, incluyendo las normas para las aleaciones de oro y plata. Boileau reunió a los reglamentos de la policía, la industria y los oficios de París en este "libro de los oficios".

⁴⁰³ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona: Anagrama. 1990.

savoirfaire y sus múltiples innovaciones anónimas, a los movimientos ininterrumpidos de la moda. Gracias al proceso de especialización consiguieron materializar el ideal de delicadeza y gracia de las clases aristocráticas.

La moda encuentra antes su resorte en la lógica social que en la dinámica económica. La inestabilidad de la moda se basa en las transformaciones sociales que se produjeron en el transcurso de la segunda mitad de la Edad Media y que no dejaron de ampliarse bajo el Antiguo Régimen. En la base del proceso, el aumento de poder económico de la burguesía, que favoreció la expansión de su deseo de reconocimiento social, y, a la vez, las cada vez más numerosas corrientes de imitación de la nobleza. Búsqueda de símbolos de distinción, competición de clases, éstas son las piezas esenciales del paradigma que, desde hace más de un siglo, domina la explicación de la moda. Según un modelo cuya paternidad se atribuye habitualmente al inglés Herbert Spencer, y utilizado innumerables veces hasta nuestros días, las clases inferiores, a la búsqueda de respetabilidad social, imitan las maneras de ser y de aparecer de las clases superiores.

Éstas, para mantener la distancia social y destacarse, se ven obligadas a la innovación, a modificar su apariencia una vez alcanzadas por sus competidoras. A medida que las capas burguesas, gracias a su prosperidad y a su audacia, consiguen adoptar tal o cual distintivo prestigioso, en boga entre la nobleza, se impone el cambio desde arriba para resituar la diferencia social⁴⁰⁴. De ese doble movimiento de imitación y de distinción nace la mutabilidad de la moda⁴⁰⁵.

Es indiscutible que, con el desarrollo de la burguesía, Europa vio aumentar los deseos de promoción social y acelerarse los fenómenos de contagio imitativo; en ninguna otra

⁴⁰⁴ Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona: Anagrama. 1990. Pág. 57.

⁴⁰⁵ Por ejemplo, J.-Cl. Flügel, *Le veur nu, de la parure vestimentaire* (1930), París, Aubier, 1982, págs. 130-131. Asimismo Ed. Goblot, opus. cit.

parte se franquearon tan ampliamente las barreras de clase y los estados y condiciones. Por exacta que sea, esta dinámica social no puede sin embargo explicar la de la moda, con sus extravagancias y sus ritmos precipitados. La idea de que el cambio de moda sólo se produce en razón de un fenómeno de difusión e imitación dilatado, que descalifica los signos de élite, resulta imposible de aceptar. La rapidez misma de las variaciones contradice esa tesis: con mucha frecuencia las novedades van mucho más rápidas que su vulgarización; para emerger sólo esperan que se produzca un pretendido alcance, pero ellas lo anticipan. No sufrido, sino efectivamente deseado; no respuesta sociológica sino iniciativa estética, poder ampliamente autónomo de innovación formal.

El cambio en la moda no se deduce de la amplitud de las difusiones, no es el efecto ineludible de un determinismo social exterior, ninguna racionalidad mecanicista de ese tipo es capaz de comprender los caprichos de la moda. Probablemente esto no significa que no se dé ninguna lógica social de la moda, sino que reina de forma determinante la búsqueda loca de novedades como tales. No se trata ya de la mecánica pesada y determinista de los conflictos de clase sino de la exaltación moderna de lo nuevo, la pasión sin fin de los juegos y gratuidades estéticos. La turbulencia de la moda tiende menos a las amenazas que se ejercen sobre las barreras sociales que al trabajo continuo, inexorable pero imprevisible, efectuado por el ideal y el gusto de las novedades propias de las sociedades que se desprenden del prestigio del pasado.

En la actualidad hay otra versión del modelo de la distinción de clases, que goza de los favores de los teóricos de la moda. No se trata ya de la persecución y de los fenómenos de alcance entre los de abajo y los de arriba de la jerarquía, sino de conflictos de prestigio en el seno mismo de las clases dominantes. Con el desarrollo de la burguesía mercantil y financiera se inició un fenómeno de promoción social de gran importancia:

los burgueses enriquecidos compraron títulos de nobleza, adquirieron feudos y cargos, casaron a sus hijos con miembros de la nobleza.

Desde el siglo XIV al siglo XVIII y favorecido por el poder real, en Europa se dio un proceso de osmosis social en el seno de las clases dominantes, la clase nobiliaria se abre a los nuevos ricos plebeyos, poco a poco una nobleza de atuendo se coloca junto a la nobleza de espada. Precisamente cuando las capas sociales elevadas ya no son rigurosamente estables y cuando se dan movimientos de ascensión plebeya aparecen los escarceos de la moda, sustentados por las estrategias de distinción y de rivalidades de clase. Cuando las fortunas y aspiraciones se vuelven más móviles, cuando las barreras sociales se hacen menos infranqueables, cuando los privilegios de nacimiento compiten con el poder de la fortuna, empiezan los procesos acelerados de diferenciación entre las clases elevadas, una era de competición sin fin por el prestigio y los títulos distintivos. Es sobre todo en la arena de la clases superiores, entre las fracciones de la clase dominante, entre nobleza y alta burguesía, nobleza de atuendo y nobleza de espada, nobleza de corte y nobleza provinciana, donde tienen lugar las luchas de competencia de donde surgirá la dinámica de la moda⁴⁰⁶.

Como es evidente no se trata de poner en duda las luchas internas y las estrategias de distinción que acompañaron los movimientos de ascensión y ennoblecimiento de la burguesía, simplemente se niega la idea de que estén en la base de las vicisitudes de la moda. Desde el final de la Edad Media, ¿quiénes han sido los *taste makers*, los faros y dueños de la moda?, ¿quién lanza y da su nombre a las novedades sino los personajes más elevados y más a la vista de la corte, favoritos o favoritas, grandes señores y princesas, el rey o la reina en persona?

⁴⁰⁶ Esta es la tesis central de los trabajos de Pierre Bourdieu, especialmente *La Distinction*, París, Ed. de Minuit, 1979. Así mismo R. König, opus cit. Págs. 80-83

Las luchas de competencia entre clases no han podido desempeñar el papel que quiere atribuírseles desde el momento en que son los mayores en jerarquía los instigadores del cambio, precisamente aquellos mismos que, por el hecho de su posición preeminente, están más allá de las inquietudes de clase y de la competición por la clasificación social. Por eso la cuestión del motor de la moda no puede dejar de tener en cuenta las transformaciones que han afectado las disposiciones y aspiraciones de la élite social. Se trata de comprender cómo la clase alta ha llegado a invertir de ese modo el orden de las apariencias, cómo ha podido destruir el orden inmóvil de la tradición y entregarse a la espiral interminable de la fantasía: cuestión de nuevos puntos de referencia, de nuevas facilidades, no de dialéctica social y de luchas por el rango. Si bien la moda ha sido sin ninguna duda un instrumento de afiliación y de distinción de clases, esa función no explica en absoluto el origen de las innovaciones en cadena y la ruptura con la valoración inmemorial del pasado. Las estrategias de distinción social indudablemente aclaran los fenómenos de difusión y expansión de la moda, pero no los resortes de las novedades, el culto del presente social, la legitimidad de lo inédito. Es imposible aceptar la idea de que las luchas de competencia prestigiosa entre los grupos, luchas tan antiguas como las primeras sociedades humanas, se hallen en la base de un proceso absolutamente moderno sin ningún precedente histórico. Y lo que es más, ¿cómo, a partir de tal esquema, puede analizarse la búsqueda desenfrenada de originalidad, al igual que aquella otra, matizada, de pequeñas variantes personales en los detalles? ¿De dónde ha nacido el proceso de individualización de la apariencia que caracteriza la moda?

Las teorías de la distinción no elucidan ni el motor de innovación permanente ni la incorporación de la autonomía personal en el orden de la imagen. No se dice que la moda sea ajena a los fenómenos de rivalidad social. Desde los famosos análisis de

Veblen se sabe que el consumo de las clases altas corresponde esencialmente al principio de despilfarro ostentoso con el fin de conseguir la consideración y la envidia de los demás. El móvil que está en la base del consumo es la rivalidad de las personas, el amor propio que las lleva a querer compararse ventajosamente con los otros y quedar por encima de ellos. Para conseguir y conservar honor y prestigio, las clases altas deben dar y gastar mucho, deben hacer alarde de riqueza y de lujo, manifestar ostensiblemente, por medio de sus buenos modales, su decoro, sus galas, que no están sujetas al trabajo productivo e indigno. La moda, que con sus rápidas variaciones y sus innovaciones está particularmente adaptada para intensificar el gasto pregonado, se convierte en Veblen en un simple “corolario”⁴⁰⁷ de la ley de la *amspicuous consumption*, un instrumento de obtención de honorabilidad social. Veblen, que en un pasaje señala:

(...) *nunca se ha dado explicación satisfactoria de las variaciones de la moda*⁴⁰⁸, creía que sólo podía hacerlo la teoría del despilfarro ostentoso.

Solamente ella permite explicar el desprecio por la utilidad práctica propio de la moda, sólo ella, según Veblen, se halla en el origen de las vicisitudes y la obsolescencia de las formas.

De ahí la necesidad, para aligerarnos del efecto estrafalario de esas formas, de nuevos ridículos atavíos fieles a la *conspicuous consumption*⁴⁰⁹ pero totalmente contrarios al buen gusto: la moda y lo artístico son antinómicos⁴¹⁰.

⁴⁰⁷ Thorstein Veblen, *Théorie de la classe de loisir*, trad. francesa, París, Gallimard, 1970, p. 114. Trad. castellana en Hyspamérica, 1987.

⁴⁰⁸ T. Veblen, *ibidem.*, pág. 113.

La teoría de Veblen indudablemente pone el acento sobre una dimensión esencial de la moda: el gasto demostrativo como medio para significar un rango, para suscitar la admiración y exponer un estatus social.

Pero ¿por medio de qué mecanismo la norma del consumo ostensible engendra las cascadas de novedades que componen la moda? ¿Por qué durante milenios no ha dado lugar a la locura de los artificios? Sobre ese punto el análisis de Veblen es breve: lo que separa las edades de la moda de las épocas de estabilidad para el autor de la *Teoría de la clase ociosa*, en el fondo no tiende más que a la exasperación de la obligación de gastar, ocasionada por las condiciones propias de la gran ciudad, donde las clases superiores son más ricas, más móviles, menos homogéneas que en las épocas tradicionales⁴¹¹.

La ley del despilfarro ostentoso y la carrera por la consideración se imponen pues más imperiosamente, dando como resultado el cambio permanente de las formas y estilos. En ese sentido los movimientos versátiles de la moda no hacen más que traducir una intensificación de la regla de la *conspicuous consumption*. Pero ¿era ésta menor en otros tiempos? ¿Se ejercía con menos intensidad en la era grecorromana, cuando los notables comprometían vertiginosas fortunas en festines, edificios, distribución de monedas, sacrificios y espectáculos de todo tipo? La norma del derroche era entre ellos particularmente imperiosa; sin embargo, la moda no encontró su lugar de aparición en ese tipo de sociedad⁴¹².

⁴⁰⁹ Gasto de dinero en y la adquisición de lujosos bienes y servicios a exhibir públicamente el poder económico - ya sea el ingreso del comprador o de la riqueza acumulada por el comprador. Sociológicamente, al consumidor conspicuo, tal exhibición pública de discrecionalidad del poder económico es un medio, ya sea de alcanzar o de mantener un determinado estatus social.

⁴¹⁰ Antinomia (del griego ἀντί *anti*-, contra, y νόμος *nomos*, ley) es un término empleado en la lógica y la epistemología que, en sentido laxo, significa paradoja o contradicción irresoluble. Immanuel Kant sostuvo que cuando la razón rebasa la experiencia posible a menudo cae en varias antinomias; es decir, perspectivas igualmente racionales pero contradictorias.

⁴¹¹ Ibidem, págs. 115-116.

⁴¹² Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas* Barcelona: Anagrama. 1990.

De hecho, el imperativo de mostrar la propia riqueza no ha sido superior en el Occidente moderno, sino que se ha manifestado de otra forma; más exactamente se ha aliado de forma estructural a la búsqueda de la diferencia individual y a la innovación estética. En la base del surgimiento de la moda, se halla no el incremento del despilfarro ostentoso sino la aparición de nuevas exigencias, de nuevos valores que, ciertamente, se traducen en el código inmemorial de la prodigalidad ostensible, pero que no se deducen de ello mecánicamente. Ahí radica el límite de esa sociología de la moda para la que no hay más que instrumentos de clasificación social, sin ninguna finalidad estética. *Con una perspectiva de media docena de años, nos choca ver hasta qué punto la mejor de las modas era estrafalaria, incluso francamente fea*, escribía Veblen⁴¹³.

Evidentemente eso es inaceptable pero seguimos admirando muchas modas anteriores. La moda de ayer aburre, las de anteayer y del pasado lejano continúan fascinando; con frecuencia se admira en ellas la elegancia, el lujo de los detalles, las formas anticuadas pero delicadas. La prueba de que la moda está de acuerdo con la exigencia estética es que no podría ser reducida al único orden de la superfluidad aberrante para la cotización social. Lejos de ser “esencialmente fea”, la moda se define, por el contrario, por la intención de refinamiento, de elegancia, de belleza, cualesquiera que sean las extravagancias, el exceso, el mal gusto que, a lo largo de los siglos, han podido darse de vez en cuando.

Sin embargo es cierto que la moda no se puede disociar de la *conspicuous consumption*. A condición de precisar su alcance exacto así como su anclaje social e histórico. En las épocas de desigualdad el consumo demostrativo debe comprenderse como norma social consustancial al orden aristocrático, como imperativo necesario para representar con énfasis la distancia y la jerarquía social.

⁴¹³ Ibidem, pág. 117.

Max Weber ya lo había subrayado: *el lujo en la clase feudal dirigente, no era "superfluo" sino un medio de autoafirmación*. Ese *ethos* aristocrático de esplendor, lleno de desprecio al trabajo, fue con seguridad una de las condiciones de la emersión de la moda: hizo falta semejante ideal soberano aplicado al orden holista de las sociedades para que fueran posibles las gratuidades y los fastuosos juegos de la apariencia. Especialmente en función de esa norma de magnificencia pudo resplandecer la vida de corte de los estados principescos, tras las poderosas monarquías absolutistas. Como lugar donde los nobles buscan brillar y distinguirse, donde reina una competición constante por el estatus y el prestigio, donde se impone la obligación de gastos de imagen y de símbolos de distinción social, la sociedad de la corte fue un factor decisivo en la aparición de la moda.

Por otra parte, a medida que se desarrollaron las grandes sociedades de corte, las cuestiones de moda se convirtieron en asuntos de la mayor importancia para una nobleza desarmada, desposeída de sus antiguas prerrogativas guerreras y judiciales y volcadas por ello a esos juegos de apariencia y de placeres mundanos. Pero antes incluso de que la corte absolutista se afirmara en todo su esplendor, la moda estaba vinculada al cambio de estatus de la nobleza. Desde finales del siglo XIV, precisamente en el momento en que va a darse libre curso a las extravagancias de la moda, la nobleza ve retroceder su prestigio y su poder político: los caballeros ya no son los amos de la guerra, sus castillos sucumben bajo los ataques de la artillería; en adelante en los campos de batalla dominan los soldados de infantería y los arqueros a pie. Declive de la caballería que tendrá como eco no solamente las nuevas órdenes de caballería sino un aumento de gastos en materia de indumentaria, un gusto inmoderado por el lujo, el alarde y el lucimiento. Lejos de significar el signo de la supremacía de la nobleza, la moda testimonia más bien su debilitamiento continuo desde el fin de la Edad Media, su

metamorfosis progresiva en clase “espectacular”, una de cuyas principales obligaciones será hacerse ver por medio de los gastos suntuarios de imagen⁴¹⁴.

La investigación sobre la moda exige una modificación radical del paradigma. Ese desplazamiento teórico es, a grandes rasgos, el siguiente: los perpetuos escarceos de la moda son, ante todo, efecto de nuevas valoraciones sociales vinculadas a una nueva posición e imagen del individuo respecto al conjunto colectivo⁴¹⁵.

La moda no es el corolario de la *conspicuous consumption* y de las estrategias de distinción de clases, sino que lo es de una nueva relación de cada cual con los demás, del deseo de afirmar una personalidad propia, que se difundió en el transcurso de la segunda mitad de la Edad Media entre las clases elevadas. Debido a que el rol de la imagen del individuo no ha sido valorado en su justa medida, las explicaciones del cambio de la moda siguen siendo muy poco convincentes. Lejos de ser un epifenómeno, la conciencia de ser individuos con un destino particular, la voluntad de expresar una identidad singular, la celebración cultural de la identidad personal, han sido un “fuerza productiva”, el motor mismo de la mutabilidad de la moda⁴¹⁶. Con el tiempo han surgido posturas cada vez más complejas y ambiguas producto sobre todo del individualismo, de la multidimensionalidad y del multiculturalismo que caracterizan a la nueva sociedad de consumo de masas. De ahí que algunos autores centrados en la postmodernidad, como Lipovetsky, Morace y Maffesolí, aborden el papel de la moda de forma diferente, donde ya no solo tiene cabida el consumo jerárquico de la moda, sino que éste ha sido sustituido por el placer y la comodidad: pasando del estatus-símbolo al estilo-símbolo, como al desencadenamiento del proceso tribal en el ámbito de la apariencia.

⁴¹⁴ Lipovetsky, *el imperio de lo efímero, La moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama, Barcelona. 1990. Pág.63.

⁴¹⁵ Lipovetsky, *pág.64*.

⁴¹⁶ *Ibidem*, *pág.64*.

Al final de la Edad Media abundaban indicios que ponían de manifiesto una forma de conciencia inédita de la identidad subjetiva, de la voluntad de expresión de la singularidad individual, de la exaltación de la individualidad. En las Crónicas y Memorias, el interés por subrayar la identidad del que habla se tradujo en una fórmula canónica: Yo, seguido del nombre, apellidos y títulos del que habla⁴¹⁷; asimismo en las obras poéticas se intensifican las confidencias íntimas, la expresión de los impulsos del Yo, de los instantes vividos, de los recuerdos personales. La aparición de la *autobiografía*, del *retrato* y del *autorretrato* “realistas”, ricos en detalles verdaderos, pone de manifiesto que en los siglos XIV y XV la nueva dignidad, que reconoce lo que el hombre tiene de *singular*.

La “muerte de sí”, según la expresión de Philippe Aries, ilustra aún esa misma tendencia en ruptura con el espacio de la muerte tradicional anónima: la iconografía del Juicio Final, el libro de la vida, los temas macabros, los testamentos y sepulturas personalizadas de la segunda mitad de la Edad Media, fueron otros tantos signos reveladores de una voluntad de individualización, una preocupación por ser uno mismo, una promoción de la identidad personal⁴¹⁸.

Con nuevo sentido de la identidad personal y de la legitimación de la expresión individual -aunque estuviese en vigor únicamente dentro de los límites del pequeño mundo de la élite social, y más formulada, vivida, que doctrinal-, pudo ponerse en movimiento la lógica proteiforme de la moda.

La exigencia de ser uno mismo, la pasión por las muestras de personalidad, la celebración mundana de la individualidad, tuvieron como consecuencia favorecer la

⁴¹⁷ Danielle Régner-Bohler, “Exploration d'une littérature”, en *Histoire de la vie privée*. op. cit, t. II, págs. 377-378.

⁴¹⁸ Philippe Aries, *L'Homme devant la mort*, París, Ed. du Seuil, 1977, pp. 99-288. Trad. castellana en Taurus, Madrid, 1987.

ruptura con el respeto a la tradición, multiplicar los focos de iniciativa y de innovación, estimular la imaginación personal, en adelante al acecho de novedades, de diferencias, de originalidad. La afirmación de *Uomo singolare* desencadenó un proceso constante de innovación en formas y estilos, de ruptura con la norma tradicional fija.

Al final de la Edad Media la individualización de la apariencia conquistó su carta de ciudadanía; no ser como los demás, ser único, llegó a ser una pasión y una aspiración legítimas en el mundo cortesano. En esas condiciones se comprende el movimiento precipitado de la moda: la conciencia y la voluntad de individualizarse desarrollan la competencia, la emulación entre los particulares, la carrera por la diferencia; autorizan y estimulan la expresión de los gustos singulares.

A pesar de las apariencias. Estos contribuyeron a quebrantar la inmovilidad tradicional y permitieron a la diferencia individual llegar a convertirse en signo de excelencia social.

La inconstancia de la moda, por el contrario, daba fe de que se había salido, aunque fuera muy parcialmente, de tal sistema; en adelante resplandece un valor mundano inédito, lo nuevo.

No hay moda sin un trastorno total de la relación respecto al devenir histórico y a lo efímero. Para que apareciera el sistema de la moda fue preciso que se aceptara y deseara lo “moderno”, que el presente fuera considerado más prestigioso que el pasado, que se diera una excepcional dignificación de las novedades. Inversión fundamental en la orientación temporal de la vida social surgida de fuentes muy complejas pero que hay que atribuir especialmente al reconocimiento del “derecho” de los individuos a diferenciarse, a singularizar su apariencia, es decir, pues, a cambiar. Con la nueva actitud de la unidad social respecto a la norma colectiva se instituyó una nueva relación

social respecto a la dinámica: la legitimidad de la innovación y del presente social fue pareja a la aparición de la lógica estético-individualista como lógica de la diferencia y de la autonomía.

2.4. LA BÚSQUEDA DEL PLACER: LA APARICIÓN DEL HOMBRE FRÍVOLO EN OCCIDENTE

Pese a la importancia de la consagración de la individualidad y de la novedad en el establecimiento de la moda, aquélla no proporciona por sí misma la comprensión total sobre el fenómeno. Una lógica tan compleja como la moda, que abarca tantos aspectos de la vida social, individual, cultural, estética, sólo pudo aparecer por la sinergia de una multitud de factores que, aun siendo absolutamente independientes unos de otros, tuvieron cada uno su propia eficacia.

Además de los hechos sociales ya mencionados -la sociedad cortesana, el estatus de las clases aristocráticas, el desarrollo de las ciudades-, otros fenómenos desempeñaron un papel primordial. La promoción de la individualidad mundana, la extraordinaria inversión en el orden de las apariencias, el refinamiento y la estética de las formas que distingue la moda, tienen su base en un conjunto de factores culturales propios de Occidente⁴¹⁹.

Es preciso insistir: en la genealogía de la moda son los valores, los sistemas de significación, los gustos, las normas de vida, los “determinantes en última instancia”, las “superestructuras” son las que explican el porqué de esa irrupción única en la aventura humana que es la fiebre de las novedades⁴²⁰.

⁴¹⁹ En el siglo XV el rey Rene pudo entregar a Luis XI y sus familiares vestidos modestos, sin esplendor, en razón precisamente del valor social concedido desde entonces a las novedades; cf. F. Piponnier, op. cit. Págs. 210-212.

⁴²⁰ Lipovetsky. Pág 68.

Sustituyendo la referencia del pasado por la del presente, la moda introdujo una ruptura radical en el orden del tiempo legítimo. Discontinuidad histórica que, por otra parte, no impidió que en la moda se diera un sistema de prolongación de los gustos, de los modelos de vida e ideales profanos anteriores a la aparición del sentido de lo “moderno”. La consagración de las frivolidades está en línea con las normas de la cultura caballeresca y cortesana, de su aspiración al goce terrenal y a los placeres del mundo: alegría por combatir en las guerras y torneos, gozo por la caza, por las fiestas y festines fastuosos, placer por el juego y la poesía galante, amor por los desfiles y espectáculos⁴²¹.

Esa moral aristocrática del placer fue, de forma incontestable, un factor esencial en la aparición del *homo frivolus*; la moda es una práctica de placeres, es placer de complacer, de sorprender, de deslumbrar. Placer producido por el estímulo del cambio, la metamorfosis de las formas, propia y de los demás. La moda no es únicamente signo de distinción social, es también placer de la vista y de la diferencia. El reino de la moda que se instaura a finales de la Edad Media no debe concebirse como la manera de huir, de aturdirse ante las desgracias y las angustias de la época; es la continuidad de las normas y las actitudes mentales propias de la vida señorial, ávida de bienestar terrenal. Búsqueda de placeres que no dejó de aumentar de forma paralela al desarrollo de las grandes cortes, a la civilización cortesana, pero también a un nuevo sentido de la duración humana. A la luz de los humanistas sabemos que a partir del siglo XIV se intensificó el sentido de la fugacidad terrestre; la pena por envejecer, la nostalgia de la juventud, la conciencia de la inminencia del fin cobró una nueva importancia⁴²². No cabe duda de que esa nueva sensibilidad colectiva, que desde entonces acompañará

⁴²¹ Georges Duby, *Le Temps des cathédrales*, París, Gallimard, 1976. Trad. Castellana en Argot, 1983.

⁴²² Alberto Tenenti, *Sens de la mort et amour de la vie, Renaissance en Italie et en France*, trad. francesa, París, L'Harmattan, Serge Fleury, 1983.

indisociablemente los Tiempos modernos, favorecerá la búsqueda acelerada de placer. La moda traduce un amor apasionado por la felicidad y la vida, una exasperación del deseo de disfrutar de los placeres terrenales, ahora posibles gracias a los valores caballerescos, a la sociedad cortesana, así como a una sensibilidad moderna en la que apuntan ya la melancolía del tiempo y la angustia de abandonar la vida.

La intensificación y la precipitación en la búsqueda de los placeres del mundo se vieron reforzadas por un proceso de estilización de las normas de vida y de los gustos. La aparición de la moda no es dissociable de la revolución cultural que en los siglos XI y XII se inicia en la clase señorial con la promoción de los valores cortesanos.

El ideal de la vida caballerescas experimentó una actualización: a la tradicional exigencia de fuerza, de hazañas, de generosidad, se añadieron nuevas normas que preconizaban la idealización de la mujer, el lenguaje cuidado, las buenas maneras, las cualidades literarias, la afectación galante. El caballero se convierte en literato y poeta, el amor por el lenguaje bello y más adelante por los objetos bonitos, ganó a los círculos mundanos.

De ese lento trabajo de civilización de las costumbres y los placeres, de ese nuevo ideal estético y refinado, surgió la moda; de alguna manera se preparó históricamente más de dos siglos antes, con el advenimiento del espíritu cortés, rivalizando en poesía y delicadeza preciosista. Como arte de los matices y de los refinamientos de la apariencia, la moda, paralelamente a la pasión por los objetos bonitos y las obras de arte, amplía esa aspiración a una vida más bella, más estilizada, que surgió alrededor del año 1100.

2.5. LAS MIRAS SINCRONIZADAS DEL ARTE Y LA MODA

La moda aparece en el siglo en que el arte presenta una clara tendencia al exceso decorativo, a la proliferación del ornamento, a la profusión de caprichos en la arquitectura flamígera, en la exasperación del *ars nova*⁴²³, en las elegantes modulaciones de las miniaturas góticas.

Es asimismo la época del ornato excéntrico que culmina en la corte de Carlos VI y de los duques de Borgoña con los trajes mitad rojo, mitad violeta o azul y amarillo, con los tocados femeninos elevados, con el “capirote”, con el cabello rapado en las sienes y por encima de la frente, las caperuzas en forma de cresta de gallo, las mangas hasta el suelo. Sin embargo, no debemos confundirnos; todas esas novedades, con sus exageraciones o sus rarezas, no son más que una manifestación entre tantas de esa necesidad estética, de ese culto de la ornamentación y el espectáculo que caracterizó el final de la Edad Media y se prolongó mucho más allá.

En los siglos XIV y XV se impuso un espíritu barroco, el gusto por la apariencia teatral y espectacular, la atracción por el exotismo, lo raro, las fantasías gratuitas correspondientes al triunfo de la cultura palaciega, a su ideal de juego y preciosismo mundano. Al recorrido ondulante de las formas y a la profunda riqueza de los adornos en el arte, responde ahora el vestido -sofisticado, extraño, extravagante- de la corte y de las fiestas nocturnas.

Bajo la acción del espíritu de juego del ideal cortés se extiende la óptica de la teatralidad, la necesidad imperiosa del efecto, la propensión al énfasis, al exceso y a lo pintoresco que definen especialmente la moda, ese arte cortesano dominado por el

⁴²³ Expresión debida al teórico Philippe de Vitry que designa la producción musical, tanto francesa como italiana, después de las últimas obras del *ars antiqua* hasta el predominio de la escuela de Borgoña, que ocupará el primer puesto en el panorama musical de Occidente en el siglo XV.

espíritu barroco, al menos hasta las rupturas puristas y modernistas de finales del siglo XIX y principios del siglo XX.

En el arte alternaron las formas barrocas y clásicas y a veces se mezclaron; en la moda el espíritu barroco nunca renunció a imponer su ley por completo. La aparición de la moda testimonia esa evolución del gusto prendado de la belleza amanerada de las formas y constituye más un signo del progreso de disfrute estético que del aumento de riquezas o incluso del nuevo sistema de relaciones sociales propio de las sociedades cortesanas.

Como arte de las pequeñas diferencias y sutilezas de la apariencia, la moda expresa el afinamiento de los placeres de la vista. Este es el momento de matizar la apreciación, en adelante clásica, de Lucien Febvre⁴²⁴ sobre el “retraso de la vista” y la ausencia de poesía de lo visual entre los hombres del Renacimiento⁴²⁵. Si bien es cierto que los escritores y poetas utilizan con preferencia imágenes acústicas y olfativas, refiriéndose poco a las formas físicas, las figuras y los colores, ¿es suficiente para diagnosticar el papel subalterno de la vista en beneficio de la sensibilidad dominante a los olores, los perfumes, los sonidos y la voz?

El despliegue de la moda obliga a revisar en parte ese juicio, si es cierto que la moda no puede concebirse sin la minuciosa atención a los detalles singulares, sin la búsqueda de matices, sin la poetización de la diferencia morfológica de los sexos.

La moda y el refinamiento visual van unidos, aquella consagra el progreso de la mirada estética en las esferas mundanas. Hay que insistir sobre la cultura cortesana y su invención más original: el amor. Recordemos esquemáticamente lo que instituyó de

⁴²⁴ Uno de los más importantes historiadores franceses. Centrado en la época moderna, se le recuerda por el papel que jugó en el establecimiento de la escuela de los Annales que fundó en 1929 con Marc Bloch.

⁴²⁵ Lucien Febvre, *Le Probleme de l'incroyance au XVII siècle* (1942), París, Albin Michel, 1968, pág. 393-404.

nuevo el amor galante: sublimación del impulso sexual; culto desinteresado del amor, reforzado por la sobrevaloración y la celebración de la mujer amada; sumisión y obediencia del amante a la dama y, en general, todos esos rasgos propios del amor provenzal que en el mundo de las cortes señoriales introdujeron poco a poco transformaciones en la relación entre sexos y, más en concreto, en las relaciones de seducción.

Desde el principio de los tiempos los guerreros ganaron el amor de las mujeres realizando proezas y hazañas en su honor; el amor se merece por las virtudes viriles, la temeridad y la devoción heroica. Esa concepción caballeresca del amor prosigue durante siglos, pero a partir del año 1100 experimenta la influencia civilizadora del amor galante. De este modo, al heroísmo guerrero le sucedió un heroísmo lírico y sentimental: en el nuevo código amoroso el señor, por juego, vive arrodillado ante su mujer amada, languidece y la rodea de atenciones, se muestra sumiso ante sus caprichos, celebra su belleza y sus virtudes con aduladores poemas. Empieza lo que Richard Nelli llama “la poetización del cortejo” excluyendo el lenguaje vulgar, las gracias, chistes y obscenidades tradicionales en beneficio de la discreción, la humildad respetuosa del amante, el ennoblecimiento del lenguaje y la exaltación galante. En adelante la seducción requiere atención y delicadeza hacia la mujer, juegos amanerados, poética del verbo y de los comportamientos.

La moda, con sus variaciones y sutiles juegos de matices, debe considerarse como la continuación de esa nueva poética de la seducción. Los hombres, de la misma manera que deben complacer a las damas con sus buenas maneras y su lirismo, deben también cuidar su apariencia, estudiar su imagen como estudian su lenguaje; el preciosismo del traje es la extensión y la reafirmación de la estilización del amor.

La moda y su exigencia de artificios no pueden separarse de esa nueva imagen de la feminidad, de esa estrategia de seducción por medio de los signos estéticos. A la vez, la sobrevaloración de la mujer, las lisonjas respecto a su belleza contribuyeron a ampliar y legitimar en la alta sociedad laica el gusto femenino por el arreglo personal y los adornos, gusto presente desde la más lejana antigüedad. En ese sentido el amor contribuyó al proceso de individualización de las personas, a la promoción del individuo mundano relativamente libre en sus gustos, desligado de la antigua norma.

Anteriormente hemos podido ver el vínculo íntimo que unía la moda y la consagración mundana de la individualidad. Por otra parte, más directamente, el amor galante produjo una nueva relación entre los sexos, puso en marcha un nuevo dispositivo de seducción que tuvo gran importancia en ese proceso de estética de las apariencias que es la moda.

Las modificaciones en la estructura del vestido masculino y femenino que se impusieron a partir de 1350 son un síntoma directo de esa caprichosa estética de la seducción. El traje marca desde entonces una diferencia radical entre masculino y femenino, sexualiza como nunca la apariencia.

Dinámica de excesos y amplificaciones, aumento de los artificios, preciosismo ostentoso, el atavío de moda testifica que se está en la era moderna de la seducción, de atención y suscitó entre los artistas una preocupación estética cada vez más acusada.

Con el arte medieval se desarrolla una nueva visión del mundo terrenal y de lo concreto: la expresión del misterio irreconocible y de lo sobrehumano impersonal retrocede en beneficio del descubrimiento y la descripción de lo real en toda su diversidad. El escultor gótico sustituye los monstruos fantásticos por animales vivos, bosques, pequeños jardines, follajes del entorno. Representa los trabajos de los hombres, acerca a la figura de Dios al hombre propagando una imagen de la Virgen más femenina y

maternal, un Cristo impregnado de dulzura y humanidad. Realismo artístico de origen medieval que tomará un nuevo rostro en el Renacimiento, con la búsqueda de la profundidad y el relieve del arte del retrato, del paisaje, de la naturaleza muerta.

Si bien la voluntad de aparentar y de ser valorado por los demás a través de bienes costosos sin duda ha existido siempre, no por ello es menos cierto que el lujo, desde el Renacimiento, se concretó en dispositivos inéditos. En lo sucesivo príncipes y reyes tratan de erigirse en protectores de artistas, a los que colman de honores y de regalos, les hacen encargos, los atraen hacia su corte...Mientras que el arte y el artista adquieren el sentido que le damos en la actualidad, el lujo se adentra por la vía cultural. Comienza un ciclo moderno en el que las obras de elevado coste se firman y sus creadores pasan a ser personajes de primer plano, devienen célebres, rebosan ideas de gloria inmortal: el lujo va a conjurarse con la obra personal y la creación de la belleza.

También los nobles y los ricos burgueses ambicionan rodearse de obras de arte. El mecenazgo, las colecciones, la posesión de creaciones se ha convertido en instrumento de prestigio en el mundo de la élite social. Sin duda el nexo entre el arte y el lujo no es novedoso. Sin embargo, desde milenios atrás, las grandes obras eran las que celebraban las potencias del más allá, las cuales supuestamente permitían ganar la eternidad celestial.

A una creación artística que se desprende del anonimato responde una demanda que por sí misma deja un lugar más marcado a la subjetividad. Ya en el siglo XIV, los mecenas y donantes piden a los artistas que presten a su efigie, en las tumbas o en los muros de la catedral, un aspecto individual, un rostro que se le asemeje. A partir de 1500, los retratos en miniatura se multiplican. Orlados de gemas y colgados alrededor del cuello, y sin llevar nombre, atestiguan una búsqueda de secreto, de intimidad, en especial con

aquel o aquella que se encuentre ausente. Cabe evocar también la expansión de los coleccionistas y aficionados al arte, fenómeno que implica, en las compras efectuadas, preferencias estéticas, elecciones singulares, pasiones y gustos particulares. Más allá del objetivo de mera celebridad ha aparecido una relación de índole más personal y estética con los bienes costosos, una aspiración, caracterizada por una mayor subjetividad, a una vida más hermosa y refinada, un vínculo sensual entre el hombre y los objetos preciosos. Las cosas se aman y representan por sí mismos como seres queridos, y ya no sólo como símbolo de status y de poder.

La atracción de la belleza, la delectación con las cosas hermosas, ha adquirido una consistencia propia, como ponen de relieve las naturalezas muertas. La función prestigiosa que ejercen las obras no declina en modo alguno, pero, para utilizar las palabras de Werner Sombart⁴²⁶, el lujo aparece simultáneamente como una expresión de erotismo, una respuesta al deseo de disfrutar del mundo. Signos inequívocos de estatus que expresan la nueva intensidad que caracteriza la relación del hombre con las cosas, la pasión por todo lo hermoso, la llamada de los placeres estéticos, una atención más subjetiva, más sensible, a las cosas en su singularidad.

Esta dimensión sensual del lujo, gozó de gran popularidad en los siglos XIV, y XV, y, existe con la promoción social de los valores profanos y en la estela de una sensibilidad prendada de estetización de las formas de vida. Apego estético apasionado a las cosas bellas, erótica de los bienes raros. El proceso de desclericalización de las obras abrió las vías modernas de la individualización y la sensualización del lujo, el cual entró en su momento estético.

⁴²⁶ Es considerado el líder de la "joven escuela histórica" y es uno de los investigadores y pensadores de ciencias sociales más connotados del primer cuarto del siglo XX europeo.

La civilización occidental en el siglo XIV, ve surgir dos series de fenómenos llamados a ocupar un lugar determinante en el lujo moderno: las antigüedades, por una parte y la moda por otra. Si bien tales fenómenos ponen de manifiesto, sin la menor duda, una misma tendencia a la estetización de los gustos en los medios acaudalados, no por ello expresan en menor grado dos orientaciones temporales divergentes, pues el primero se halla centrado en el pasado y el segundo en el presente.

Cuando aparece el entusiasmo por lo antiguo, surge al mismo tiempo la fiebre del presente, la moda en sentido estricto y su culto a lo efímero. Una nueva manifestación social del derroche ostentoso se abre paso bajo el signo de la antitradición, de la inconstancia, de la frivolidad. La moda espectaculariza el rango social, pone en escena el cuerpo de la manera enfática, jugando con sus formas, reduciéndolas o amplificándolas a veces hasta la extravagancia. La aparición de la moda supone la lógica del juego y de la fiesta que anexiona por primera vez la arquitectura del ornato.

Ya no se trata de la ofrenda a los Dioses y de los rituales tradicionales, sino del juego integral de las apariencias, el entusiasmo por las pequeñas naderías, la fiebre de las novedades sin futuro. Ya no se puede hablar de monumentos alzados con miras a la eternidad, sino de la pasión por la inconstancia, de la obsesión con el presente puro. Con la moda se instaura la primera gran figura de un lujo absolutamente moderno, superficial, móvil, liberado de las potencias del pasado y de lo invisible.

Si bien es cierto que los nuevos tiempos se afirmaron bajo el signo del retorno a los antiguos, no lo es menos que el fin de la Edad Media aparece como una cultura que valoriza el cambio, como una época consciente de estar abriendo vías nuevas. Dan testimonio de ello numerosas formas artísticas, un movimiento de laicización de la cultura, la pasión por lo raro y lo singular entre los aficionados al arte, el gusto por los

grandes viajes, las innovaciones en el ámbito bancario y la técnica de los negocios. Gusto por la innovación que precisamente orquesta la moda. Ésta sólo ha podido ver la luz gracias a una actitud mental inédita, subyacente en ella, que valoriza lo nuevo y concede mayor importancia a la renovación que a la continuidad ancestral. La moda no surgió directamente de las rivalidades de clases, sino que supuso una conmoción cultural no reductible a los acontecimientos económicos y sociales, la promoción de valores dinámicos e innovadores, los únicos capaces de volver obsoleta la apariencia tradicionalista y de consagrar un sistema cuyo principio es muy nuevo, muy bello. En segundo lugar, una nueva relación con la individualidad, la moda, conjuga siempre el gusto por la imitación y el gusto por el cambio, conformismo e individualismo, aspiración a fundirse en el grupo social y deseo de diferenciarse de él. Si la moda no ha existido siempre es porque exigía como condición para hacer acto de presencia cierta liberación de la individualidad, la depreciación del anonimato, la preocupación por la personalidad, el reconocimiento del derecho a ponerse de relieve, a hacerse notar. A finales de la Edad Media, precisamente, salen a la luz un conjunto de fenómenos que ilustran esta afirmación de la individualidad en las clases superiores. Recordemos únicamente la aparición de la autobiografía, el retrato, la pasión por la gloria, los testamentos y sepulturas personalizadas. La moda deriva no tanto del consumo ostentoso como de las transformaciones del imaginario cultural. Ese sentido de lo concreto, ese interés por la experiencia visual y las apariencias en el arte, tienen una gran importancia porque traducen la glorificación del mundo creado, la valoración de la belleza del mundo humano y terreno. Esa es la nueva inversión mundana que se encontrará también en la moda y que contribuirá a su establecimiento.

La moda representa, en efecto, la faceta frívola de ese nuevo amor por las apariencias y el espectáculo del hombre, que se produce en Occidente. Por otra parte, las diferencias

evidentes y altamente significativas, como el culto a la fantasía que se manifiesta en la moda, y el realismo que en cierto sentido no dejará de guiar la evolución del arte, forman parte de un mismo conjunto: en ambos casos se da la misma exaltación de las cosas visibles, la misma pasión por los detalles sensibles, la misma curiosidad por los rasgos individuales, igual delectación inmediata por lo externo, la misma tendencia al placer estético.

2.6. LA CONSAGRACIÓN DE LOS OFICIOS ARTESANOS. EL TRIBUTO DE LOS CREADORES DE MODA

El artesano no tenía ningún papel creador; habrá que esperar a la aparición de los “mercaderes de moda”, en la segunda mitad del siglo XVIII, para que a los oficios relacionados con la moda se les reconozca una cierta autonomía creadora, circunscrita, en ese caso, solamente a los ornamentos del atavío.

El talento artístico atribuido a los mercaderes de moda reside pues en el talento decorativo, en la capacidad para adornar, ennoblecer los trajes con los medios de fantasía de moda (sombreros, cofias, perifollos, pasamanería, cintas, plumas, guantes, abanicos, chales, etc.), no en la invención de líneas originales.

La nueva vocación del modisto se acompaña de una extraordinaria promoción social. Bajo el Antiguo Régimen⁴²⁷, sastres y modistas eran personajes anónimos relegados a la esfera inferior de las “artes mecánicas”, en los opúsculos y textos que directa o indirectamente se referían a la moda, sus nombres no figuraban casi nunca.

Las novedades en boga llevaban el nombre del gran personaje, del noble que había lanzado tal o cual moda. El cambio se produce en el siglo XIX y sobre todo con Worth: a partir de ese momento el modisto va a gozar de un prestigio inaudito, se le reconoce como a un poeta, su nombre es celebrado en los diarios de moda, aparece en las novelas con los rasgos del esteta, árbitro incontestable de la elegancia: igual que si se tratara de un pintor, sus obras están firmadas, y protegidas por la ley.

Por su manifiesto desprecio por el dinero y el comercio, por su discurso evocador de la necesidad de inspiración, el gran modisto se impone como un artista de lujo que colecciona obras de arte, que vive en un decorado fastuoso y refinado, que se rodea de

⁴²⁷ Definido como el conjunto de rasgos políticos, jurídicos, sociales y económicos que caracterizaron a Europa y sus colonias durante los siglos XVII y XVIII.

poetas y pintores, que crea vestuarios de teatro, de ballet, de película, que subvenciona la creación artística.

Durante el siglo XX se comienza a acudir a referencias artísticas para nombrar a los diseñadores: Dior es el *Watteau de los modistos*, Balenciaga el *Picasso de la moda*⁴²⁸. La creación de moda hace uso ella misma de la referencia artística: los vestidos de Mondrian o pop art, las faldas Picasso de Yves Saint-Laurent.

La alta sociedad y la prensa especializada han permitido al gran modisto no solamente reforzar su imagen de artista sino también adquirir un inmenso renombre internacional: en 1949 el Instituto Gallup daba a Christian Dior como una de las cinco personalidades internacionales más conocidas. Por espectacular que sea, tal promoción social no es absolutamente nueva.

Desde mediados del siglo XVIII los oficios relacionados con la moda, peluqueros, zapateros, “mercaderes de moda”, se consideran a sí mismos y son cada vez más considerados por los demás artistas sublimes. En esa época aparecen los primeros tratados sobre el arte del peinado, especialmente los de Le Gros y Tissot. En su *Traite des principes et de l'art de la coiffure*, Lefèvre, peluquero de Diderot, escribía:

De todas las artes, la del peinado debería ser una de las más apreciadas; la pintura y la escultura, esas artes que dan vida a los hombres siglos después de su muerte, no pueden disputarle el título de cofrade; no pueden negar los apuros que pasan para acabar sus obras.

⁴²⁸ Cecil Beatón, *Cinquante Ans d'élégance et d'art de vivre*, París, Amiot-Dumont, 1954.

Comienza la era de los grandes artistas capilares; peinan vestidos con traje, con la espada al costado, escogen a su clientela y se llaman a sí mismos “creadores”. Le Gros colocaba su arte por encima del de los pintores y abrió la primera escuela profesional bautizada “Académie de Coiffure”. Algo más tarde se impone el nombre de Leonardo, quizá el peluquero más famoso, a propósito del cual Mme. De Genlis⁴²⁹ decía en 1769:

Finalmente ha llegado Leonardo; ha llegado y es el rey.

Triunfo también de los zapateros sublimes, esos artistas de los zapatos⁴³⁰ y, sobre todo, de los comerciantes de moda consagrados como artistas en moda, como sugiere L. S. Mercier⁴³¹ en su *Tabkau de Parir*.

*Las costureras que cortan y cosen las piezas de la indumentaria femenina, y los sastres que hacen los cuerpos y corpiños, son los albañiles del edificio; pero el vendedor de modas que crea los accesorios, imprime la gracia, le da el pliegue adecuado, es el arquitecto y el decorador por excelencia*⁴³².

Los comerciantes de modas, que desde hacía poco habían dejado su negocio de mercería, hicieron fortuna y gozaron de una gloria inmensa: Beaulard era considerado un poeta, Rose Bertin, ministro de modas de María Antonieta, es ensalzado en verso por

⁴²⁹ Cuyo nombre completo fue Stéphanie Félicité Ducrest de St-Aubin, condesa de Genlis y conocida también como Madame Brûlart, (25 de enero de 1746 - 31 de diciembre de 1830) fue una escritora francesa.

⁴³⁰ Edmond de Goncourt, *La Mujer del siglo XVIII* (1862), París, Flammarion, 1982, págs. 275-276.

⁴³¹ Prolífico escritor, dramaturgo y crítico francés del Prerromanticismo.

⁴³² Citado por Anny Latour, *Les Magiciens de la mode*, París, Julliard, 1961, cap. 1º. Trad. castellana en Acervo, Barcelona, 1961.

el poeta M. Delille; su nombre puede hallarse en cartas de la época así como en memorias y gacetas. En aquel momento el refinamiento, la afectación y la impertinencia estaban presentes entre aquellos artistas de moda de facturas exorbitantes. Rose Bertin responde con cinismo a una de sus clientes que discutía sus precios:

*¿Acaso a Vernet le pagan sólo el lienzo y los colores?*⁴³³

Tomando como pretexto cualquier acontecimiento, éxito teatral, fallecimiento, eventos políticos, batallas, el arte de los comerciantes en modas se ejerce en perifollos y fantasías innumerables; son esas creaciones artísticas las que explican el importe de las facturas:

*En el precio de coste de un traje, tal como figura en los libros de contabilidad de los comerciantes de modas, el tejido (99 varas, es decir 107 metros de terciopelo negro) representa 380 libras, la hechura, 18 libras, y los adornos 800 libras*⁴³⁴.

Bajo el imperio, Leroy⁴³⁵, cuya gloria era tan grande como su fatuidad, consagra al sastre como artista; en un diario de moda de la época se dice:

⁴³³ E. de Goncourt, op. cit. Pág. 275.

⁴³⁴ Yvonne Deslandres, *Le Costume image de Phomme*, París, Albín Michel, 1976, pág. 134.

⁴³⁵ En 1804, Louis Hippolyte Leroy proporciona los trajes de la coronación de la emperatriz Joséphine de Beauharnais. Según Imbert de Saint-Amand, "Leroy, que hasta entonces había sido un comerciante modas, había decidido, para la ocasión, para tomar la costura y se asocia a la Sra. Raimbaud famosa costurera en el momento". Leroy "no era un diseñador, sino que se ha ejecutado a la perfección los modelos que presentó varios especializada en este tipo de artistas creativos, como Louis-Philibert Debucourt, Jean-Baptiste Isabey y Auguste Garneray". Louis Hippolyte Leroy se convirtió en el proveedor oficial de la emperatriz francesa y muchas otras cortes europeas.

Señores, los sastres desprecian hoy en día la costura y no se ocupan más que de lo que llaman el diseño del traje.

También entonces Madame Raimbaud, la famosa costurera, es apodada por las revistas el *Miguel Ángel de la moda*. Maurice Beauvais se hace famoso como el *Lamartine de los Modistos* en tanto que brillan de nuevo nombres de modistas (Vignon, Palmyre, Victorine) y modistos (Staub, Blain, Chevreuil).

Cuando Worth se impuso como autócrata del gusto, los artífices de la moda se habían convertido desde hacía tiempo en artífices de arte. La fama de Worth y de las grandes casas, su condescendencia hacia los clientes, su lujo y su refinamiento, sus maneras de artista, sus pasmosas facturas, no designan un giro histórico, prolongan un *ethos* y un proceso de ascensión social que data de hace ya un siglo. No pueden disociarse la consagración de los oficios relativos a la moda y la nueva representación social de la moda que se inicia casi a la vez. Durante siglos las modas por sí mismas jamás fueron objeto de una descripción: nada de revistas especializadas, nada de crónicas redactadas por profesionales. Cuando los textos u opúsculos se referían a la moda la suponían conocida por los lectores y las indicaciones proporcionadas por escritores moralistas, espíritus religiosos o predicadores, no eran más que el pretexto para burlarse o denunciar las costumbres de la época y las debilidades humanas: pretensión de nuevos ricos, pasión de aparentar de los cortesanos, gusto por el despilfarro, inconstancia, celos y envidia de las mujeres. Cuando se menciona la moda el estilo dominante es el satírico. En sus memorias, los grandes señores no se dignaban hablar de superfluidades, al igual que la literatura elevada en la que eran representados.

Los opúsculos que dan a conocer en detalle las características y formas del vestir son excepcionales; en general la información es menos importante que las sutilezas estilísticas de la versificación o que las sátiras a que dan lugar las frivolidades.

Con los primeros periódicos de moda ilustrados, a finales del Antiguo Régimen, el tratamiento de la moda cambia; en adelante es regularmente descrita y ofrecida a la vista. *Le Magasin des modes françaises et anglaises*, que se publicó desde 1786 a 1789, tenía por subtítulo *Publicación que proporciona un conocimiento rápido y exacto de las nuevas indumentarias y atuendos*.

Hasta el siglo XX se mantendrá una literatura crítica y fustigadora de los artificios y la alienación de las conciencias respecto a las pseudonecesidades, pero sin comparación con la difusión sociológica y mediática de la nueva tendencia “positiva” que hace de la moda un objeto para pintar, analizar, registrar, como manifestación estética. Proliferación de los discursos de moda, no solamente en las revistas especializadas, cada vez más numerosas en los siglos XIX y XX, sino también entre los propios escritores, que a lo largo del siglo XIX hacen de la moda un tema digno de atención y de consideración.

Balzac⁴³⁶ escribió un *Traite de la vie elegante* (1830), y Barbey d'Aurevilly⁴³⁷, *Du dandisme et de George Brummell* (1845) así como diversos artículos de moda. Baudelaire⁴³⁸ redactó un *Eloge du maquillage*; vio en la moda un elemento constitutivo

⁴³⁶ Fue un novelista francés representante de la llamada novela realista del siglo XIX. Trabajador infatigable, elaboró una obra monumental, *la Comedia humana*, ciclo coherente de varias decenas de novelas cuyo objetivo era describir de modo casi exhaustivo a la sociedad francesa de su tiempo.

⁴³⁷ Fue un escritor y periodista francés. Barbey fue un personaje imprescindible del mundo literario de su época, inspiró en gran medida a Georges Bernanos y a Léon Bloy gracias a escritos fascinantes como *Las diabólicas*, *Le Chevalier Des Touches* y *Un prêtre marié*. Amante de lo dandi, los duelos y los artículos feroces y novelas melodramáticas con tramas de lo demoníaco que eran, según él, el mejor camino hacia el conocimiento de Dios.

⁴³⁸ Fue un poeta, crítico de arte y traductor francés. Paul Verlaine lo incluyó entre los poetas malditos, debido a su vida bohemia y de excesos, y a la visión del mal que impregna su obra. Barbey d'Aurevilly, periodista y escritor francés, dijo de él que fue el Dante de una época decadente. Fue el poeta de mayor impacto en el simbolismo francés. Las influencias más importantes sobre él fueron Théophile Gautier, Joseph de Maistre (de quien dijo que le había enseñado a pensar) y, en particular, Edgar Allan Poe, a quien tradujo extensamente. A menudo se le acredita de haber

de lo bello, un “síntoma del gusto de lo ideal”, y se dedicó a *vengar el arte de la apariencia personal de las ineptas calumnias con que lo colman algunos amantes muy equívocos de la naturaleza*⁴³⁹.

Mallarmé⁴⁴⁰ redactó *La Dernière Mode*; a finales de siglo, P. Bourget, Goncourt, Maupassant, literatos que dan a la novela mundana una dignidad literaria y una base de realidad realizando una pintura minuciosa y exacta de la vida elegante, de los atavíos de la *high ufe* (expertos) y de sus decorados delicados, refinados, lujosos.

Algo más adelante Proust describirá las rivalidades mundanas y se interrogará sobre los resortes psicológicos de la moda y el esnobismo, en los salones del Faubourg Saint-Germain de París. A partir de la segunda mitad del siglo XVIII, la moda se impuso como algo que había que magnificar, describir, exhibir, algo sobre lo que había que filosofar; tanto y quizá más aún que el sexo, se convirtió en una prolífica máquina de producción de texto e imagen. La era crítico-moralista de la moda dejó paso a una época informativa y estética que traducía una inversión de los temas relativos a la apariencia, un interés sin precedentes por las novedades, pasiones democráticas que harán posible la gloria de las gentes de la moda y, sobre todo, de los grandes modistos.

En el momento en que la moda se afirma como objeto sublime, se enriquece el léxico que designa a la persona a la moda y el último grito en materia de elegancia. A partir del siglo XIX se habla de los “bellos”, de los “fashionables”, de los “dandis”.

Los primeros decenios del siglo XX verán la aparición de expresiones como “a la última”, “vivir con su tiempo”, “up to date”. A la multiplicación de los discursos de

acuñado el término “modernidad” (modernité) para designar la experiencia fluctuante y efímera de la vida en la metrópolis urbana y la responsabilidad que tiene el arte de capturar esa experiencia.

⁴³⁹ Baudelaire, *Le Peintre de la vie moderne*, en *(Euvres complètes)*, París, Gallimard, La Pléiade, pág. 903.

⁴⁴⁰ Fue un poeta y crítico francés, uno de los grandes del siglo XIX, que representa la culminación y al mismo tiempo la superación del simbolismo francés. Fue antecedente claro de las vanguardias que marcarían los primeros años del siguiente siglo.

moda corresponde una aceleración y una proliferación del vocabulario “a la moda”, redoblando el culto moderno de lo efímero. La dignificación social y estética de la moda va pareja a la promoción de numerosos aspectos menores, tratados entonces con la mayor seriedad, según revelan los gustos elegantes así como obras tales como: *La Gastronomie* de Berchoux⁴⁴¹ (1800), el *Almanach des gourmands* de Grimod de la Reynière⁴⁴² (1803), la *Physiologie du goût* de Brillat-Savarin⁴⁴³ (1825), el *Art de mettre sa cravate* (1827), el *Art de dîner et de priser satis déplaire aux belles* (1827) de Emile Marc Hilaire⁴⁴⁴, el *Manuel du fashionable* (1829) de Eugene Ronteix y la *Théorie de la dimanche*, de Balzac.

La época democrática moderna ha otorgado rango a las frivolidades y ha elevado la moda y los aspectos subalternos de la misma al nivel de arte sublime. En un movimiento del cual el dandismo ofrece una ilustración particular aunque ejemplar, lo fútil (la decoración, lugares de encuentro, atuendos, peinados, cigarros, comidas) se ha convertido en algo primordial, similar a las ocupaciones tradicionalmente nobles. La ascensión social de las personas dedicadas a la moda no es un fenómeno sin precedentes; en cierto sentido se puede relacionar con un movimiento reivindicativo mucho más antiguo, el iniciado en los siglos XV y XVI por los pintores, escultores y arquitectos que no pararon hasta obtener para sus profesiones un estatus de artes liberales, radicalmente distinto del de los oficios mecánicos o artesanos. Pero si bien la lucha de los gremios para acceder a la condición de artistas y disfrutar del reconocimiento social no es totalmente nueva, en los siglos XVIII y XIX el proceso se

⁴⁴¹ En este poema, con más de mil versos divididos en cuatro cantos, la burguesía dominante, aún ignorante de las correctas costumbres sociales, tenía un *code de politesse gourmande* (código de cortesía en la mesa). Terminó revolucionando las costumbres. Desde ese momento, la figura del cocinero y el gastrónomo ganaron importancia social.

⁴⁴² Fue un abogado, periodista y escritor culinario francés que adquirió notoriedad durante el periodo de gobierno de Napoleón Bonaparte.

⁴⁴³ Jurista francés que ocupó importantes cargos políticos después de la Revolución, es el autor del primer tratado de gastronomía.

⁴⁴⁴ Escritor y publicista francés.

manifiesta mediante signos particulares, tan característicos del momento histórico que no pudieron dejar de beneficiarse de los valores propios de la época moderna. En efecto, lo destacable reside en la manera como se tradujo la reivindicación de su nuevo estatus: todos los testigos concuerdan en que el artista se impuso con una increíble impertinencia y arrogancia a su clientela, aunque ésta perteneciera a la más alta sociedad. Insolencia de un Charpentier, de un Dagé, de una Rose Bertin, de la que Mme. de Oberkirch dijo que parecía *una persona singular, convencida de su importancia, que trata de igual a igual a las princesas*⁴⁴⁵. Los modistos sublimes no solamente alardean de que su arte iguala en nobleza al de los poetas y pintores sino que se comportan igual con los nobles. En ese sentido, la reivindicación de los oficios de moda resulta inseparable de los valores modernos, del ideal igualitario del que constituye una de las manifestaciones. El fenómeno no tiene precedentes y traduce el incremento de ambición social correlativo a la edad democrática en su estado incipiente. Tocqueville lo había ya observado:

*En el momento en que esa igualdad se ha establecido entre nosotros, pronto ha hecho estallar ambiciones casi sin límites (...) Toda revolución aumenta la ambición de los hombres. Esto es especialmente cierto en la revolución que derriba una aristocracia*⁴⁴⁶.

Orgullo e impertinencia en adelante no solamente circunscritos a los oficios de moda, sino presentes tanto en los comportamientos de los jóvenes excitados por la moda, el

⁴⁴⁵ A. Latour. Opus cita. Pág. 23.

⁴⁴⁶ A. de Tocqueville, *De la démocratie en Amérique, (Œuvres complètes*, París, Gallimard, vol. II, pág. 250. Trad. castellana en Alianza, Madrid, 1980.

refinamiento, la elegancia (petimetres de las distintas épocas, fashionables, dandis), como en la literatura, que adopta un nuevo tono. Autores como Stendhal, Mérimée, A. de Musset, Théophile Gautier, demuestran su desprecio por los gustos del gran público y su temor a ser vulgares, utilizando con el lector un estilo hecho de gracejo impertinente, afectada despreocupación, alusiones despreciativas y palabras ligeras de tono⁴⁴⁷. La pretensión artística y la insolencia de los artífices de la moda no pueden dissociarse de una corriente más amplia de ambición, de suficiencia, de vanidad, propia de la entrada de las sociedades en la era de la igualdad.

La consagración de los creadores de moda, que es una evidencia, se explica sólo parcialmente a partir de la ambición corporativista, exacerbada por la exigencia igualitaria. Si las gentes de la moda consiguieron ser reconocidas como artistas geniales es porque apareció una nueva sensibilidad respecto a lo superfluo, nuevas aspiraciones que valoraban de forma inédita hechos hasta entonces indignos de ser tenidos en cuenta. Sin duda, desde el Renacimiento la moda disfrutaba de cierta consideración como símbolo de excelencia social y de vida cortesana, pero en absoluto hasta el punto de merecer ser exaltada y descrita en sus menores detalles. Durante la época aristocrática la moda es una expresión demasiado material de la jerarquía para que se le conceda atención; el estilo elevado de la literatura pone en escena las hazañas heroicas, las actitudes gloriosas y magnánimas de seres excepcionales, el amor puro e ideal de las grandes almas, no las cosas pequeñas y fáciles, las realidades concretas, aunque se tratara del lujo, que el vulgo podía alcanzar y poseer. Los únicos modelos legítimos se encontrarán en las figuras de devoción, de gloria, de amor sublime, no en las imágenes de moda. La promoción de las frivolidades sólo pudo llevarse a cabo porque se impusieron nuevas normas que descalificaron no solamente el culto heroico de esencia

⁴⁴⁷ John C. Prevost, *Le Dandysme en France (1817-1839)*, París, 1957, págs. 134-162.

feudal, sino también la moral cristiana tradicional que consideraba las frivolidades como signos de pecado de orgullo a Dios y al prójimo. Inseparable de la desafección progresiva de los valores heroicos y de la moral religiosa, la promoción de la moda lo fue, al mismo tiempo, del crédito atribuido a la corte y a la ciudad -sobre todo a partir del siglo XVIII-, al placer y al bienestar, a las novedades y las facilidades materiales; la libertad concebida como satisfacción de deseos y liberación de conveniencias rigoristas y prohibiciones morales. A partir de ahí el disfrute personal tiende a prevalecer sobre la gloria; el atractivo y la elegancia sobre la grandeza; la seducción sobre la exaltación sublime; la voluptuosidad sobre la majestuosidad ostentosa; lo decorativo sobre lo emblemático. De ese rebajar la idea de altura correlativa a la dignificación de las cosas humanas y terrenales surge el moderno culto de la moda, que no es más que una de sus manifestaciones. La apología del bienestar, la búsqueda de lo agradable, la aspiración a una vida más libre, más feliz, más fácil, han supuesto un proceso de humanización de lo sublime, una concepción menos majestuosa, menos elevada de lo bello, así como un ennoblecimiento de las cosas útiles, de los “caprichos”, de las fantasías decorativas, de las bellezas y refinamientos temporales: perifollos, fruslerías, “pequeños apartamentos”, decoraciones de interior, miniaturas, pequeños palcos de teatro, etc. La hegemonía de la majestuosidad es sustituida por una estética de las formas graciosas, un elogio de la ligereza seductora, de la variedad, fuente de placeres y excitación. En el centro del estatus moderno de la moda, la nueva moral individualista que dignifica la libertad, el placer, la felicidad: *Le Magasin des modes*, que lleva como epígrafe “el aburrimiento nació de la uniformidad”, está muy de acuerdo con el espíritu hedonista⁴⁴⁸ del siglo (aunque fuera conciliado con la razón, la moderación, la virtud), prendado de sensaciones inalcanzadas, de sorpresas, de renovaciones. En la raíz de la promoción de

⁴⁴⁸ La palabra hedonismo proviene del griego, formada por hedone: placer y el sufijo esmos: cualidad, doctrina, sistema. Esta era la filosofía, impulsada por Epicuro, que predica que la meta máxima de la vida es el placer de los sentidos.

la moda, el rechazo del pecado, la rehabilitación del amor a uno mismo, de las pasiones y del deseo humano en general; la misma revista define de este modo sus objetivos:

Colocar a todos en disposición de satisfacer esa pasión que aporta el nacer para los objetos que les proporcionarán más brillo y ventajas.

Esos nuevos valores morales que glorifican lo humano permitieron el ennoblecimiento de la moda. La ideología individualista y la era sublime de la moda son de este modo inseparables; culto del desarrollo individual, del bienestar, de los goces materiales, deseo de libertad, voluntad de debilitar la autoridad y las obligaciones morales: las normas “holistas” y religiosas, incompatibles con la dignidad de la moda, fueron minadas no solamente por la ideología de la libertad y la igualdad sino también por la del placer, tan característica de la época individualista. Con toda seguridad, el triunfo del placer y de las frivolidades se vio favorecido por el incremento de las riquezas, por el desarrollo de la “sociedad cortesana” y de los salones, por el fortalecimiento de la monarquía absolutista y la nueva situación de la nobleza, desposeída de todo poder real, reducida a encontrar sus símbolos de excelencia en los artificios y superfluidades, en el momento en que la burguesía enriquecida intenta imitar como nunca las maneras de los nobles. La Revolución y la abolición de los privilegios acentuaron aún más el proceso favoreciendo los deseos de elevarse y brillar, multiplicando el deseo de franquear las barreras, manteniendo la aristocracia como faro de la vida mundana, suscitando el deseo de desmarcarse de lo común y vulgar por medio de una creciente estética de las apariencias.

Siendo así, sería demasiada simplificación asimilar el fenómeno a un medio elitista de reconocimiento y diferenciación de clases en una sociedad en la que la desigualdad de nacimiento ya no es legítima, en la que se disuelven los criterios estables de dignidad social, en la que el prestigio se conquista más que se da. Resituado a largo plazo, el nuevo estatus de la moda debe más bien interpretarse como una fase y un instrumento de la revolución democrática.

El ideal democrático de la seducción, del éxito rápido, de los placeres inmediatos, ha ganado por la mano a la exaltación heroica de las grandezas y la desmesura de la moral aristocrática. Por otra parte, al elevar la dignidad de los fenómenos y de las ocupaciones inferiores, alterando la división entre arte noble/arte modesto, el imperio de la moda ha contribuido sin duda a la tarea de la igualdad. Gracias a esa disolución de los géneros y oficios jerarquizados, al instituir una igualdad de principio entre terrenos antes heterogéneos, la celebración de la moda aparece como una manifestación democrática, aun cuando se produzca en el mundo de los privilegiados y en nombre de la diferencia distintiva de la que ha surgido.

A la vez que la moda y las personas con ella relacionadas adquieren su carta de nobleza, las “gentes de pensamiento”, filósofos, escritores, poetas, van a disfrutar asimismo de un inmenso prestigio, considerándoseles a veces “iguales a los reyes” (por ejemplo, un Voltaire), y atribuyéndoseles el papel preeminente de guías, educadores, profetas del género humano⁴⁴⁹.

Al igual que el artista de la moda se impone como árbitro de elegancia, el intelectual, el poeta, más adelante los científicos, pretenden la legislación de los valores, invocan su derecho a educar al pueblo y gobernar la opinión en vistas al bien público y el progreso.

⁴⁴⁹ Paul Bénichou. *Le Sacre de fe'crivain*, París, José Corti, 1973.

Ese triunfo de la corporación pensante y de los artistas misioneros no debe ocultar sin embargo la otra cara del fenómeno, a partir de la época romántica y, sobre todo, de mediados del siglo XIX, momento en que, efectivamente, los artistas empiezan a ofrecer una representación ambivalente, ridícula, de sí mismos⁴⁵⁰. La gloria del artista y su decadencia, el esplendor supremo del arte y su naturaleza ilusoria, van juntos. En la moda el espíritu de contradicción es tan frecuente y regular que constituye casi una ley.

¿No llevan las mujeres pieles de zorro sobre livianos vestidos, sombreros de terciopelo en el mes de agosto y de paja en febrero?...En las decisiones de la moda y de las mujeres se da una especie de provocación al buen sentido que resulta encantadora
citaba Poiret en su libro⁴⁵¹.

⁴⁵⁰ Jean Starobinski, *Portrait de Partiste en saltimbanque*, Ginebra, Skira, 1970.

⁴⁵¹ Paul Poiret, *En habillant époque* (1930), París, Grasset, 1974, pág. 214.

EL DISEÑO
Y
EL DISEÑADOR DE
MODA
VERSUS
ARTE Y ARTISTA

En los anteriores capítulos hemos realizado un recorrido para conocer la historia de la indumentaria, los cambios que se han producido en el vestido y el traje a lo largo de los siglos. Sucesivamente nos hemos acercado con tesón al concepto de moda y lo hemos ubicado y localizado para poder entender el fenómeno, ahora centramos nuestra investigación en conocer de cerca el concepto de diseño y la tarea y funciones del diseñador. Queremos realizar una visión global de la figura del diseñador, de su trabajo, de sus herramientas, procesos y por supuesto de las influencias que tiene de las grandes artes como la arquitectura, escultura y muy especialmente la pintura, que es el tema que nos centra y circunda.

Antes de sumergirnos en estas explicaciones, haremos especial hincapié en la tarea creadora y en la mirada artística de la figura del diseñador de moda, mostrando al inicio de este capítulo muchas de las comparativas visuales e influencias artísticas que se han dado en el trabajo de grandes diseñadores con respecto al mundo de las artes. Para ello hemos seleccionado un grupo numeroso, de conocidos creadores, cuyas obras nos han evocado a trabajos artísticos conocidos universalmente.

Una vez que hayamos observado estas comparativas y siempre desde el punto de vista artístico analizaremos el concepto de diseño y profundizaremos en el trabajo del diseñador. Expondremos su proceso de trabajo, explicaremos las características de sus herramientas y la significación de sus elementos y, los compararemos con los pasos que siguen el proceso de las grandes disciplinas artísticas como son: la arquitectura, escultura y pintura.

Como podemos imaginar, son muchos, los diseñadores que beben del mundo de las artes, es imposible conocer y profundizar en todas aquellas personalidades que han intervenido en este proceso. Por este motivo y por la inevitable caducidad inherente al

mundo de la moda resulta demasiado amplio abarcar todas estas conexiones, por lo que nos limitaremos a seleccionar las que ante nuestros ojos se han presentado como más evidentes en el discurso planteado.

Posteriormente dedicaremos un apartado a una serie de artistas que han coqueteado y jugado con el mundo de la moda, de esta forma demostraremos cómo también el mundo del arte se acerca a la moda para beber e inspirarse en ella. Para finalizar dedicaremos un breve apartado al espacio del museo, lugar que ha sido conquistado por los diseñadores y que ha abierto sus puertas a muy diversas y distintas exposiciones de moda.

3.1. DISEÑADORES Y ARTISTAS INVITADOS

Del binomio “Arte y Moda” son muchos los diseñadores que han inspirado colecciones completas en las obras de artistas consagrados. El caso de Yves Saint Laurent⁴⁵² con Mondrian o Van Gogh; Dolce & Gabbana⁴⁵³ con Jackson Pollock; Dior⁴⁵⁴ con Warhol y los impresionistas; Oscar de la Renta⁴⁵⁵ con Picasso o el impresionismo que subió a las pasarelas en las colecciones de 2010 con Lacroix⁴⁵⁶; Valentino⁴⁵⁷ o Marc Jacobs⁴⁵⁸, además de la mítica Elsa Schiaparelli⁴⁵⁹ (cuya firma acaba de renacer de la mano de Christian Lacroix), que diseño prendas mano a mano con Picasso o Dalí, como el sombrero zapato que creó con el genio catalán del surrealismo.

⁴⁵² Fue un diseñador de moda y empresario francés, fundador de la marca homónima de ropa de alta costura.

⁴⁵³ Es una firma de moda italiana. Fue fundada por Domenico Dolce y Stefano Gabbana. Aunque inicialmente comenzaron diseñando ropa, actualmente la empresa ha diversificado su oferta diseñando desde complementos (gafas, relojes, anillos...) y perfumes a móviles (V3 de Dolce & Gabbana¹) o incluso restaurantes. Dolce & Gabbana es muy popular por sus diseños entre los artistas de Hollywood; han diseñado ropa para Madonna, Gisele Bündchen, Monica Bellucci, Ayumi Hamasaki, Isabella Rossellini, Lady Gaga, Britney Spears, Kylie Minogue entre otros. La sede de la compañía está situada en Milán.

⁴⁵⁴ Fue un influyente diseñador de moda, fundador de la firma de moda que lleva su nombre, Dior, una de las marcas de artículos de lujo más representativas de los últimos sesenta años.

⁴⁵⁵ Fue un diseñador de modas dominicano. Recibió importantes premios y con el paso de los años diversificó sus creaciones a muchas áreas del diseño. Además, estuvo vinculado a su país natal a través de diferentes actividades benéficas. De la Renta fue discípulo de Cristóbal Balenciaga y Antonio del Castillo. Alcanzó la fama internacional en la década de 1960, como uno de los diseñadores de Jacqueline Kennedy, ex primera dama de los Estados Unidos

⁴⁵⁶ Se introdujo en la moda como diseñador para Patou, y se hizo famoso por su célebre falda globo, prenda estrella en los extravagantes años 80, así como por sus brillantes colores y sus telas ornamentales, de una gran riqueza decorativa.

⁴⁵⁷ Para muchas mujeres, Valentino personifica la elegancia de la segunda mitad del siglo XX. Actrices y mujeres de la alta sociedad vestían sus histriónicos vestidos, muchos de ellos de su característico color rojo.

⁴⁵⁸ Marc Jacobs es probablemente el diseñador de Estados Unidos más conocido en la actualidad. Consiguió una gran notoriedad a principios de su carrera como creador de la famosa colección Grunge para Perry Ellis, inspirada en la escena musical del Seattle postpunk de los 90.

⁴⁵⁹ Autodidacta, Schiaparelli rompió con las normas para crear ropa y complementos alegres y atrevidos. Realizaba obras de arte llenas de sentido del humor inspiradas en artistas de la talla de Dalí, Berard o Cocteau.



Figura 30. Sombrero zapato de Elsa Schiaparelli 1927.

Por otra parte, pocos saben que genios de la pintura como Pablo Picasso, Joan Miró, Marc Chagall y Fernand Léger, coquetearon con el diseño en los años 50 al participar en la colección *Moderns Masters*, con una serie de estampados extraídos literalmente de sus obras, que la creadora americana Claire McCardell convirtió en colección. Esta muestra nace en 1955 por iniciativa del empresario Dan Fuller, quien se encargó de fichar para su firma ese dream team en el que McCardell era la única mujer. Según Pedro Medina, director de Publicaciones del IED Madrid, las marcas se acercan al arte *unas veces para conseguir cierto estatus, otras para crear un vínculo con el mercado en el que se quiere entrar*⁴⁶⁰.

Según Medina, la operación se relaciona con dos conceptos: *El Kitsch*, que tiene que ver con la estetización de las cosas para cautivar a las masas, y el aura benjaminiana, ésa

⁴⁶⁰ *Fusión*. Artículo publicado en la revista *S Moda* de El País. Septiembre 2015. Pág 80.

*que pierde el arte en el momento en el que lo reproduces y que, sin embargo, deseas poseer*⁴⁶¹.

En *Modern Masters* podemos ver a la McCardell más convencionalmente femenina, alejada de sus cortes deportivos y su vuelo utilitario y entregada a un estampado que años antes habría considerado ajeno a su estilo. Este cambio de registro aparece lleno de sentido para el diseñador español Juanjo Oliva, quien también se ha inspirado en pintores como la brasileña Lygia Clark o el segoviano Esteban Vicente.



Figura 31. Izquierda. Marc Chagall posa junto a la modelo neoyorkina Ivy Nicholson con diseño de McCardell en su estudio de Vence, Francia, 1955 (Fotografía de Mark Shaw). Derecha. Anne Gunning con diseño de McCardell y Fernand Léger, en el estudio parisino que el pintor ocupaba desde 1913, (Fotografía de Mark Shaw).

⁴⁶¹ Ibidem.



Figura 32. Izquierda. Picasso con la modelo francesa Bettina Graziani, en el estudio del artista que se encontraba en su recién estrenada residencia Villa "La Californie", Cannes, 1955 (Fotografía de Mark Shaw). Derecha. Margaret Philips juntó a Joan Miró, en el estudio del pintor, 1955 (Fotografía de Mark Shaw).



Figura 33. Vestido de la colección otoño-invierno 2014 Juanjo Oliva. Cuadro de Esteban Vicente.

Mucho más reciente es la inspiración de Nicolás Vaudelet⁴⁶² en el pintor valenciano Joaquín Sorolla para la confección del vestuario del nuevo montaje del Ballet Nacional de España, al igual que el diseñador italiano Pal Zileri⁴⁶³ quien creó en el 2014 su colección y campaña publicitaria, inspirándose en los cuadros del norteamericano Edward Hopper⁴⁶⁴. También 2012, el diseñador puertorriqueño Oscar de la Renta, con la colaboración de André Leon Talley (del *Vogue* americano) armaron la exposición *Joaquín Sorolla and the Glory of Spanish Dress* en el Queen Sofía Spanish Institute in New York en la que repasaban cómo el pintor valenciano supo trasladar las distintas formas de vestirse en nuestro país a través de su conocida serie *Visión de España* realizada para la Hispanic Society.

⁴⁶² Nicolás Vaudelet puede presumir sin duda de un espectacular currículum trabajando a la cabeza para las más importantes firmas de moda francesa como Christian Lacroix, el cual despertó su pasión por los bordados y estampados de inspiración española; Dior, Louis Vuitton o Givenchy, con el que realizó durante más de ocho años espectaculares trabajos de marroquinería y diseño de piel. Más tarde, pasará a diseñar complementos para Jean Paul Gaultier hasta que en 2007 se incorpora a la firma sevillana de prendas y accesorios en piel, El Caballo, actualmente presenta sus colecciones en solitario y ha alcanzado un gran peso en el mundo de la moda.

⁴⁶³ Pal Zileri es una marca de ropa masculina creada en 1980 por el Vicenza Forall Packs spa. Para Pal Zileri, la calidad no significa tomar atajos. Hacer un traje clásico toma alrededor de 180 operaciones y más de 6 horas de trabajo. Pal Zileri tiene buques insignia, de propiedad directa gestionados directamente. Cuenta con tiendas en Milán, Venecia, Vicenza, Bolzano, Hamburgo, Frankfurt, Londres (cuatro tiendas), París, Las Vegas, Ciudad de México, Tokio y París.

⁴⁶⁴ Edward Hopper (Nyack, 22 de julio de 1882 - Nueva York, 15 de mayo de 1967) fue un famoso pintor estadounidense, célebre sobre todo por sus retratos de la soledad en la vida estadounidense contemporánea. Se le considera uno de los pintores de la escuela Ashcan, que a través de Arshile Gorky llevó al expresionismo abstracto posterior a la Segunda Guerra Mundial.



Figura 34. Arriba. Diseño de Vaudelet, 2013. Lienzo *Extremadura* de Joaquín Sorolla (1917). Abajo. Diseño de Vaudelet. Lienzo *El baile* de Joaquín Sorolla (1915).



Figura 35. Fotografías de la campaña publicitaria de Pal Zaleri. Colección primavera-verano 2014.

Edward Hopper era un pintor estadounidense del siglo XX, que decía de sí mismo que no pintaba lo que veía, sino lo que sentía. Pues bien este mundo de realismo mágico hecho de composiciones figurativas por medio de cortes fotográficos con intensos y deslumbrantes colores no sólo ha influido en muchas generaciones de cineastas, de

Hitchcock con *La sombra de la duda* (1943), *Extraños en un tren* (1951) o *La ventana indiscreta* (1954) a Antonioni con *El grito* pasando por Wenders y Jarmusch, sino que también ha inspirado la colección primavera verano 2014 de la marca Pal Zaleri.



Figura 36. Arriba. Comparativa visual: escena de la película *La sombra de la duda*, los primeros planos recuerdan a *Street Scene, Gloucester* (1934), o a cualquier retrato rural de Hopper, donde aísla los elementos básicos de la vida americana y, en su quietud y soledad, nos obliga a observar esa tensión, ese miedo, que se esconde tras sus ventanas. Abajo. Comparativa visual: escena de la película *Extraños en un tren*. Hitchcock se inspira para su puesta en escena en la expresionista composición del grabado de Edward Hopper *Night Shadows* (1921). En ella, el encuadre en picado y oblicuo al personaje, surcado de sombras pronunciadas que amenazan al personaje, sirve de metáfora de la pesadilla social vivida, en silencio, por estos personajes extirpados de su rutina confortable.



Figura 37. Comparativa visual. Algunos planos de *El grito* (1957), de Antonioni, son muy parecidas a las escenas dibujadas en cuadros como *Gas* o *Four Lane Road* de 1956.



Figura 38. Comparativa visual. Wim Wenders también homenajeó la obra *Nighthawks* (1942) de Hopper en *El final de la violencia* (1997). Wenders solía decir que “hay sitios en Estados Unidos donde pones la cámara y te sale un cuadro de Hopper”

Por ejemplo, el azul Nápoles y el turquesa que aparecen de forma reiterada en esta de colección se inspiran en la obra *Rooms by the Sea*. El gris, el marrón dorado y el morado punteado de azul derivan de la obra *Dawn in Pennsylvania*.



Figura 39. Cuadro *Rooms by the sea* de Hopper. (1951).



Figura 40. Cuadro *Dawn in Pennsylvania* de Hopper (1946).

También alguna que otra obra de Hooper se ha convertido en inspiración para la portada realizada por el fotógrafo americano Witkin⁴⁶⁵ para el New York Times (2006).



Figura 41. *The Automat*, Hopper, 1927. Joel Peter Witkin para New York Times, 2006.

La moda también ha inspirado al arte. Pensemos, por ejemplo, en la artista japonesa Yayoi Kusama⁴⁶⁶, que estampó sus lunares en pañuelos, bolsos, gafas de sol, zapatos y abrigos de Louis Vuitton⁴⁶⁷ en 2012, al mismo tiempo que expondría una retrospectiva de su obra en el Museo Whitney⁴⁶⁸ de Nueva York.

⁴⁶⁵ Fotógrafo estadounidense cuyas fotos suelen involucrar temas y cosas tales como muerte, sexo, cadáveres (o partes de ellos) y personas como enanos, transexuales, hermafroditas o gente con deformaciones físicas. Sus complejos tableaux a menudo evocan pasajes bíblicos o pinturas famosas. Esta naturaleza transgresora de su arte ha conternado a la opinión pública en repetidas ocasiones y ha provocado que lo acusen de explotador y que haya sido marginado como artista en diversas ocasiones.

⁴⁶⁶ Artista y escritora japonesa. A lo largo de su carrera, ella ha trabajado con una gran variedad de medios incluyendo: pintura, collage, escultura, arte performance e instalaciones, la mayoría de los cuales exhiben su interés temático en la psicodelia, la repetición y los patrones.

⁴⁶⁷ Louis Vuitton Malletier comúnmente referida como Louis Vuitton, es una empresa francesa de marroquinería de lujo especializada en artículos de viaje. Desde la entrada de Marc Jacobs en la compañía, también posee colecciones de *Pret-a-Porter* y complementos de lujo, actualmente es considerada como la marca de lujo más exclusiva del mundo. Es el principal patrocinador de la Copa América desde hace 30 años, posee 445 tiendas en 62 países

⁴⁶⁸ El Museo Whitney de Arte Estadounidense es un museo especializado en el arte estadounidense del siglo XX. Ubicado en el número 945 de la Avenida Madison con la calle 75 de Nueva York, el museo posee una colección permanente de más de 18.000 obras. El Museo Whitney presta especial atención a la exhibición del trabajo de artistas vivos, así como a conservar una vasta colección permanente con obras de primera mitad del siglo. Las exhibiciones anuales y bienales del museo llevan tiempo siendo un escaparate para artistas jóvenes y poco conocidos.



Figura 42. Yayoi Kusama para Louis Vuitton 2012.



Figura 43. Yayoi Kusama para Louis Vuitton 2012.



Figura 44. Tienda 5ª Avenida de Nueva York, decorada por Yayoi Kusama para Louis Vuitton 2012.

Y, si nos remontamos algo más en el tiempo es imposible no recordar al genial Mariano Fortuny⁴⁶⁹, pintor, fotógrafo, escultor, arquitecto, escenógrafo español...y también diseñador, que recuperó para el mundo de la moda el gusto por la Antigua Grecia, innovó en el tintado de las telas y los estampados y llenó de aires vanguardistas la estética de principios del siglo XX.

⁴⁶⁹ Auténtico hombre del Renacimiento, Fortuny fue un prolífico artesano que trabajó telas, costura, diseño de interiores, artes decorativas, escultura y pintura, entre otras cosas. Su contribución más notable a la moda fueron sus vestidos de seda, llenos de pliegues inspirados en la Grecia clásica, favoritos de actrices y mujeres adineradas, junto con sus exquisitos abrigos de punto de seda y terciopelo pintados a mano.



Figura 45. Vestido *Delphos*. Mariano Fortuny. 1912.

De igual manera, son constantes los personajes que se mueven en el fino hilo que separa (o en este caso, más bien cose) la moda y el arte. Así, Peggy Guggenheim⁴⁷⁰, una de los mecenas por excelencia del siglo XX y descubridora de Jackson Pollock⁴⁷¹, se convirtió en un icono de moda sin quererlo, por sus looks excéntricos pero al mismo tiempo marcado por un estilo chic y lleno de encanto. Y no solo eso: Peggy fue de las primeras en hibridar artistas y diseñadores: apadrinó a Fortuny, del que le encantaban sus

⁴⁷⁰ Peggy Guggenheim (Nueva York, 26 de agosto de 1898 - Padua, 23 de diciembre de 1979) fue una coleccionista y mecenas estadounidense de arte, y tercera esposa del pintor surrealista Max Ernst.

⁴⁷¹ Paul Jackson Pollock (28 de enero de 1912, Cody, Wyoming, Estados Unidos - 11 de agosto de 1956, Springs, Nueva York, Estados Unidos) fue un influyente artista estadounidense y un referente en el movimiento del expresionismo abstracto. Considerado uno de los pintores más importantes de los Estados Unidos en el siglo XX.

vestidos tableados de estilo *Delphos*, un vestido que será citado en la literatura de la época por varios autores. En nuestros días, la escritora española María Dueñas dedica un espacio al famoso vestido de Fortuny en su famoso libro *El tiempo entre costuras*. Entre las fotos más famosas de Peggy siempre encontraremos aquellas en las que posaba con gafas de sol⁴⁷² en forma de mariposa, creadas por el pintor y escultor Edward Melcarth⁴⁷³ en 1966.



Figura 46. Peggy Guggenheim, Venecia 1966.

Diana Vreeland⁴⁷⁴ ha sido otra de las mujeres que ha ejemplificado ese trasvase constante de ideas, trabajó incesantemente en la hibridación entre moda y arte. Creadora del concepto “editora de moda” que ahora ejemplifica su sucesora por antonomasia,

⁴⁷² Gafas de sol realizadas por Edward Melcarth que se convirtieron en la firma de Peggy.

⁴⁷³ Pintor, fotógrafo, docente y escritor norteamericano. Estudió en Londres, París y en Harvard. Trabajó en la Parsons School of Design, Universidad de Columbia, la Universidad de Washington (Seattle), Universidad de Louisville y la Escuela de Arte de la Alianza para la Educación.

⁴⁷⁴ Asegura Jean Paul Gaultier que la moda es hoy más que nunca una cuestión de egos. Todo el mundo quiere ser más importante que su vecino, sea diseñador, estilista, periodista o fotógrafo. En el fondo, todo el mundo aspira a ser Diana Vreeland (París, 1903-Nueva York, 1989), y tal vez por eso la figura de la editora estadounidense está más de actualidad que nunca. El documental *The eye has to travel*, (traducido como Diana Vreeland: La mirada educada), es el penúltimo intento de desentrañar el misterio de una personalidad fundamental para la moda del siglo XX. Un esfuerzo que no han logrado antes los incontables perfiles y biografías publicadas. Ni siquiera la suya propia. Diana Vreeland fue editora de moda de *Harper's Bazaar* entre 1936 y 1962 y directora de *Vogue* de 1962 a 1971. Pero eso no da idea de su transcendencia. Original y fantástica, sentó las bases de un cargo que hoy suscita respeto por su capacidad de influencia y poder.

Anna Wintour⁴⁷⁵, Vreeland dirigió *Harper's Bazaar*⁴⁷⁶ y *Vogue*⁴⁷⁷ hasta 1971. Un año después, pasaría al Costume Institute del Metropolitan Museum de Nueva York, que le debe algunas de sus exposiciones más exitosas e imaginativas, como *The world of Balenciaga* (1973), *Romantic and glamorous Hollywood design* (1974) o *The glory of Russian costume* (1976). En palabras del especialista argentino Javier Arroyuelo⁴⁷⁸ :

Cuando en los años 70 Diana Vreeland pasó de Vogue al Costume Institute del MET, abrió una nueva perspectiva en el sector de las muestras de ropa. Las exposiciones que organizó no dejaron de ser muy criticadas por los expertos en el área, ya que no respetaba los parámetros académicos ni los códigos de museo. Sus muestras tenían mucho más que ver con el glamour extremo y muy reconocido de las vidrieras de las grandes tiendas de New York, como Saks, Bergdorf o Bloomingdale's. Creo que es el modelo que aún hoy prevalece y ha influenciado las exposiciones más rigurosas y logradas, como por ejemplo Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli, para mí una referencia ineludible, hecha con el mayor profesionalismo y según las reglas por el Museo de Arte de Filadelfia en 2004 y presentada luego en París.

⁴⁷⁵ Wintour, nacida en el Reino Unido, dirige la edición estadounidense de *Vogue* desde 1988, aunque anteriormente trabajó otros 12 años en Nueva York en distintos puestos editoriales en revistas. En marzo del 2015, además, asumió también el nuevo puesto de directora artística de la editorial estadounidense Condé Nast, propietaria de *Vogue* y otras reconocidas cabeceras como *Vanity Fair* o *The New Yorker*. Al conocerse el nombramiento, Wintour dijo: "Es casi como ser como una consultoría de una sola persona".

⁴⁷⁶ *Harper's Bazaar* es una revista de moda. Fundada en 1867 en Estados Unidos como *Harper's Bazar* por Mary Louise Booth, las páginas de la revista han contado con importantes colaboraciones como son Carmel Snow, Carrie Donovan, Liz Tilberis y fotógrafos como Man Ray, Irving Penn, Richard Avedon, Milton H. Greene, Hiro, Inez Van Lamsweerde y Patrick Demarchelier. Inicialmente, fue publicada semanalmente hasta 1901, cuando se convirtió en mensual. Hearst Corporation, el propietario actual, adquirió la revista en 1912.

⁴⁷⁷ *Vogue* (palabra francesa que en español quiere decir "Moda") es una revista estadounidense de moda y estilo de vida, que se edita en numerosos países. Es una publicación mensual orientada principalmente al público interesado en nuevas tendencias tanto de moda, como de estilo de vida. Es considerada más influyente a nivel mundial puesto que se edita en 14 países. La distribuye Condé Nast Publications, cuya sede está en la ciudad estadounidense de Nueva York. El primer número apareció el 17 de diciembre de 1892. Empezó como una publicación semanal, después quincenal, y ahora es mensual.

⁴⁷⁸ Artículo en la revista online los inrocks (20/03/2013). *Tendencias: la moda en los museos*.

Y cómo no hablar en relación de las magníficas exposiciones que han buceado en la relación entre las telas que manejan los diseñadores y los lienzos que convierten en arte los pintores. Por ejemplo, *Santas de Zurbarán: devoción y persuasión*⁴⁷⁹, un recorrido por la obra del pintor extremeño que ha servido de inspiración a doce grandes diseñadores, desde Hannibal Laguna⁴⁸⁰ hasta Roberto Torreta⁴⁸¹, pasando por Victorio & Lucchino⁴⁸², con la aportación especial de un modelo que ya en 1961 el maestro Balenciaga diseñó tomando como inspiración el cuadro *Santa Casilda* y que ha cedido para la ocasión el museo Getaria⁴⁸³ (Guipúzcoa), lienzo que en este 2015 ha sido trasladado al museo Thyssen Bornemisza de Madrid acompañando a la magnífica muestra de Hugert Givenchy⁴⁸⁴.

⁴⁷⁹ Parece que el origen de los grandes diseñadores españoles comenzó en el Barroco. Al menos eso es lo que pretende enseñarnos esta exposición del Espacio Santa Clara de Sevilla. Partiendo de los cuadros de las santas que pintó en su día, se buscan las conexiones y las influencias que se pueden descubrir siglos después en la gran figura de Cristóbal Balenciaga, una de nuestras joyas exportadas a nivel internacional en el mundo de la moda. Este proyecto ha pretendido renovar la mirada a los vestuarios que aparecían en estos cuadros de Zurbarán. Retomando cada uno de ellos, algunos de nuestros mejores modistos y creadores se han inspirado en una pieza concreta para actualizarla con su particular estilo y conseguir un híbrido entre pasado y presente. Una interesante apuesta por la mirada al pasado sin perder de vista los cánones actuales. Entre los participantes en la exposición '*Santas de Zurbarán: Devoción y persuasión*' están figuras tan conocidas como Ágatha Ruiz de la Prada, Devota y Lomba, Francis Montesinos o Vitorio&Lucchino. Exposición realizada en verano de 2013.

⁴⁸⁰ Diseñador de moda español.

⁴⁸¹ Diseñador argentino.

⁴⁸² Es una firma de moda española, que toma su nombre de los de sus creadores, Victorio, José Víctor Rodríguez Caro, y Lucchino, José Luis Medina del Corral.

⁴⁸³ El museo Balenciaga es una institución pública consagrada a estudiar y mantener vivo el recuerdo del diseñador de moda Cristóbal Balenciaga. Se encuentra en su localidad natal, Guetaria (Guipúzcoa). Inaugurado en junio de 2011, cuenta con un fondo de más de 1200 prendas diseñadas por el artista, parte del cual ha sido cedida en depósito por su discípulo Hubert de Givenchy y por herederos de antiguas clientas como Grace Kelly.

⁴⁸⁴ Es una firma francesa de ropa, complementos, perfumes y cosméticos —estos dos últimos bajo la marca Parfums Givenchy—. Fue fundada en 1952 por el diseñador francés Hubert de Givenchy, quien se retiró de la industria en 1995. John Galliano lo sucedió como diseñador, pero fue reemplazado después por el inglés Alexander McQueen. En el año 2001, el diseñador Julien McDonald fue nombrado Director Artístico de las líneas de ropa femenina, mientras que en 2003 Oswald Boateng fue designado diseñador de la línea masculina. Las colecciones de ropa incluyen alta costura, así como prendas *Prêt-à-porter* para hombres y mujeres. En la actualidad (2009) es Riccardo Tisci quien lleva las riendas de la *maison* francesa tanto de *Prêt-a-porter* como de alta costura, y pese a que su estilo más oscuro y de un sobrio romanticismo se desmarca de los iconos y archivos de la firma, parece que el diseñador italiano sigue al mando de Givenchy con talento.



Figura 47. *Santa Casilda*. Zurbarán 1643.



Figura 48. Eva Yerbabuena por Benhayer.

Continuamos hablando de la exposición de Givenchy celebrada en 2014 en el Thyssen Bornemisza de Madrid. Se muestra una selección de las mejores creaciones del diseñador francés en el mundo de la moda. La exposición fue comisariada por el propio Givenchy y ofreció, por tanto, un enfoque excepcional de sus colecciones a lo largo de medio siglo, desde la fundación en 1952 en París de la *Maison Givenchy* a su retirada profesional en 1996. Vemos que el propio Givenchy eligió algunas obras de arte para que posaran con sus creaciones. De esta forma se pone también de manifiesto la relación entre los diseños del modista y el arte. Los colores de muchos de sus trajes reflejan la luz y el color de cuadros de Zurbarán, Miró, Sargent o Rothko.



Figura 49. Sala exposición de Givenchy en el Thyssen Bornemisza, 2014.



Figura 50. Sala exposición de Givenchy en el Thyssen Bornemisza, 2014.



Figura 51. Sala exposición de Givenchy en el Thyssen, 2014. Cuadro de Joan Miró y vestido de Givenchy.

Entre los artistas contemporáneos que han visto fusionada su obra con la moda encontramos a Dalí, cuyas colaboraciones con Paco Rabanne⁴⁸⁵ pueden verse expuestas

⁴⁸⁵ La obra de Paco Rabanne está muy influida por la arquitectura, la era espacial y las técnicas de orfebrería. Su trabajo con cadenas y discos plásticos resulta icónico; su característico empleo de materiales poco convencionales ha influido en muchos diseñadores.

en la galería Robert Berman de Los Ángeles en el año 2013, siendo la primera vez que se puede ver expuesta la obra del suizo Jean Clemmer⁴⁸⁶.



Figuras 52,53 y 54. Fotografías de la exposición del suizo Jean Clemmer.

⁴⁸⁶ Salvador Dalí, Jean Clemmer y Paco Rabanne. El trabajo de estos tres genios del arte se reúne en un en un mismo espacio para reivindicar el papel de los españoles dentro del movimiento vanguardista. Bajo el nombre de "Jean Clemmer Collaborations Salvador Dalí/Paco Rabanne", esta muestra llega por primera vez a Estados Unidos, estando abierta al público desde abril del año 2013 en la galería Robert Berman de Los Angeles. Pintor, diseñador y fotógrafo tenían en común un espíritu provocador, y su unión durante la primera década de los 60 dio como resultado imágenes que despertaron la atención de medio mundo. La admiración mutua profesada entre los tres artistas, se refleja, por ejemplo, en las palabras de Dalí hacia Rabanne, de quien decía que era "el segundo gran genio español". La atracción que el diseñador sentía por el futurismo, se vio plasmada en diseños innovadores, cuyas sinuosas formas causaron una auténtica revolución sexual. Sus icónicas creaciones vistieron, entre otras divas de la gran pantalla, a Jane Fonda en Barbarella.

Para los diseñadores, tener la oportunidad de desfilarse en los templos del arte es, sin duda, la mejor manera de poner en valor su obra: asociar un vestido a esos lugares casi sagrados donde los visitantes veneran a Picasso, Miró o Dalí supone empezar a transmitir que ese vestido no tiene precio, que es algo más que glamour y belleza y que, como dijo Yves Saint Laurent, el primero que vio sus diseños expuestos en el mundo de arte, en concreto el Metropolitan Museum⁴⁸⁷ de Nueva York:

(...) la moda no es un arte, pero para dedicarse a ella hay que ser un artista.

El intercambio favorece a ambos, el modisto eleva así su trabajo al estatus de arte y el museo recibe generosas donaciones de la firma. El arte siempre tiene una vertiente comercial. Una exposición sobre Francis Bacon incrementa el precio de sus obras, pero eso no impide apreciar su interés cultural. Yves Saint Laurent fue uno de los grandes personajes del siglo XX. El mundo hubiera sido distinto si él no hubiera existido⁴⁸⁸. Y eso tiene que ver más con el arte que con lo comercial.

La exposición de Armani en el Guggenheim en 1998 tuvo una contrapartida de quince millones de dólares, cifra nimia comparada con el coste habitual de una campaña de publicidad global.

Nadie se esperaba el éxito de la exposición *Salvaje belleza* de Alexander McQueen en el Museo Metropolitano de Nueva York en 2011, pero las medidas extraordinarias tomadas para acomodar las manadas de visitantes demostró el éxito de esta exposición al igual

⁴⁸⁷ El Museo Metropolitano de Arte (en inglés: *Metropolitan Museum of Art* o simplemente *Met*) es uno de los más destacados museos de arte del mundo. Situado en la zona de Manhattan en la ciudad de Nueva York, abrió sus puertas el 20 de febrero de 1872. La colección del museo es de más de dos millones de obras de arte de todo el mundo. En 1946 el Museo del Traje se incorpora al MET como el Costume Institute, estando compuesto hasta hace poco por una colección de más de 31.000 piezas que abarcan desde el siglo 17 hasta la actualidad

⁴⁸⁸ *La moda se atrinchera en los museos*. El país, 2 de septiembre de 2011. Eugenia de la Torriente.

que en otros casos: Balenciaga en San Francisco en el 2001, Prada en el MET en el 2012, Jean Paul Gaultier en Madrid y Marc Jacobs en París en 2012, Yohji Yamamoto en Londres en 2015 acreditan la consolidación de la moda como materia de museo.

Lo que se debate desde hace algunas décadas es la reivindicación de que la moda es arte. Un sector importante de la industria de la moda potencia esta visión mediante el patrocinio de muestras y fundaciones de arte, y la colaboración con artistas -incluso la próxima campaña de Mango anuncia “moda de expresión artística”-. Pero son sobre todo las exposiciones en los museos de arte las que cristalizan el deseo de convertir la moda en arte, puesto que tratan de construir una representación para visibilizar, y por tanto hacer posible esta ambición.

Al escenificar la moda como arte, las muestras se convierten en herramientas de marketing de las marcas. La inversión se rentabiliza sobre todo de forma simbólica (aunque tendrá su efecto económico), ya que el modisto, en el imaginario social, queda asociado no sólo al glamour de la alta costura, sino también al prestigioso mundo del arte y la alta cultura, donde las cosas no tienen precio. Los diseñadores son cada vez más conscientes de que cada pieza de sus colecciones es puro arte. Si además hablamos de firmas con historia, su legado es todavía más importante, por lo que es imprescindible conservarlo y mostrarlo adecuadamente al público. Por ello cada vez son más los que deciden abrir un museo dedicado a su obra, como Pierre Cardin en París, Cristobal Balenciaga en Getaria, Ferragamo y Gucci en Florencia, etcétera.

El vínculo se vuelve cada vez más fuerte, y las casas de moda invierten cada vez más para estar cerca del arte, abriendo espacios de arte (La Fundación Prada⁴⁸⁹ en Milán y el

⁴⁸⁹ Coloca a la firma en las coordenadas del arte y de las ideas. El complejo artístico, que ejerce de sede de la colección de arte de Miuccia y su marido Patrizio Bertelli, abrió el 9 de mayo del 2015 al público en Milán. La fundación ha pasado años organizando exposiciones temporales en iglesias y almacenes abandonados, hasta que

Museo Gucci en Florencia), invirtiendo en arquitectura extraordinaria (el Pabellón Chanel de Zaha Hadid⁴⁹⁰ y la Fundación Vuitton de Frank Gehry⁴⁹¹, ambas en París) y hasta restaurando monumentos nacionales (Fendi pagó la última restauración de la Fontana di Trevi en Roma⁴⁹²).

Si se hace referencia a la arquitectura, no se puede olvidar mencionar el libro *Nuevos espacios para la moda* que examina las tiendas de moda más vanguardistas del siglo XXI en las grandes capitales como del diseño de moda: Londres, Milán, Nueva York, París y Tokio. A medida que se han ido difuminando los límites entre la moda, el arte y arquitectura, ha avanzado el trabajo de colaboración entre los diseñadores y las firmas de moda más prestigiosas con arquitectos y artistas de fama internacional. La editorial Gustavo Gili, se ha ocupado de publicar varios libros que cubren el fenómeno moda en los últimos años, viene cubierto así un ámbito que hasta entonces era poco explorado.

finalmente ha echado raíces en una antigua destilería de la ciudad italiana. En el proyecto, del arquitecto holandés Rem Koolhaas, conviven lo viejo y lo nuevo, lo feo y lo hermoso y lo acaudalado con lo austero. Sus 19.000 metros cuadrados dan cobijo a siete edificios existentes y tres de nueva construcción que se traducen en salas de exposiciones, un bar, una casa encantada, un espacio para niños y un cine camuflado por espejos donde actualmente se proyecta un filme de Polanski. En Prada no quieren llamarlo museo pero oficiosamente es el centro de arte contemporáneo que le faltaba a Milán. Además es una ventana más a la mente burlona e irreverente de la diseñadora. Un lugar, al fin y al cabo, que generará diálogos y discusiones, tendencias, revelaciones y por supuesto nuevas obsesiones para los fans de Miuccia.

⁴⁹⁰ El Pabellón de Arte Móvil es un museo que fue concebido como un edificio nómada que recorrerá seis ciudades ubicadas en tres diferentes continentes: Hong Kong, Tokio, Nueva York, Londres, Moscú y París. En él se exhibirán obras inspiradas en el lenguaje de Chanel, realizadas por 20 artistas de diversas partes del mundo. Desde el comienzo de su carrera, hacia finales de los años 70's, los complejos diseños de la arquitecta iraquí Zaha Hadid se han caracterizado por sus innovadoras y atrevidas soluciones formales. A casi tres décadas de haber iniciado su carrera profesional Hadid ha realizado casi todo tipo de proyectos que van desde edificios de vivienda, oficinas, restaurantes, museos, centros de arte y ciencias instalaciones deportivas, pabellones para las más importantes ferias de arte y diseño, entre otros. El Pabellón de Arte Móvil, es uno de los espacios que mejor refleja la distancia que tiene la arquitecta de origen iraquí con respecto a la arquitectura moderna de funciones específicas, resuelta a partir de una extrema economía de medios y formas áridas y duras. Este proyecto obedece a un encargo que le hizo Kart Lagerfeld, quien para la solución formal de esta obra se inspiró en la famosa gardenia blanca, uno de los elementos más representativos de Coco Chanel.

⁴⁹¹ Frank Gehry está considerado como uno de los arquitectos más importantes e influyentes del mundo, y es internacionalmente célebre por su arquitectura personal, que incorpora nuevas formas y materiales y es especialmente sensible con su entorno. Gehry ha sido galardonado con los más prestigiosos premios en el campo de la arquitectura, como el Pritzker, que le fue otorgado en 1989 o el Premio Imperial Japonés, que le fue concedido en 1992. En la actualidad, su estudio, Gehry Partners LLP, está ubicado en Los Ángeles y Gehry continúa diseñando y dirigiendo proyectos para clientes de todo el mundo.

⁴⁹² La casa de moda Fendi anunció entonces su disposición a financiar el proyecto mediante un programa bautizado como "Fendi for Fountains" y que también prevé la restauración de las "Quattro fontane" de la capital, un conjunto de cuatro fuentes realizadas en el siglo XVI en las esquinas achaflanadas de cuatro edificios del centro de la ciudad

Cada diseñador de moda y cada casa tienen su propio estilo. Es precisamente esto lo que los arquitectos tratan de interpretar al diseñar una tienda de moda, traducir las ideas del diseñador. Lo que se busca es la metáfora visual, la imagen de marca que comunicará y transparentará sutilmente, los principios del diseñador.



Figuras 55, 56 y 57. Fotografías del Pabellón Chanel de París.



Figuras 58. Diseño de Zaha Hadid para Chanel ubicada en París

Otro icono arquitectónico que impulsa el desarrollo de la cultura y el arte, es la Fundación Vuitton construido por el canadiense Frank Ghery en París. En el año 2006 se inició la construcción de un gran museo en el que poder presentar colecciones permanentes de arte moderno y contemporáneo, organizar exposiciones temporales, espectáculos multidisciplinares, reuniones, debates y simposios, y desarrollar actividades educativas destinadas especialmente a los jóvenes. Fue inaugurado el pasado año, 2014, y, en él pueden apreciarse obras de artistas de la talla de Picasso y George Braque, entre otros.



Figura 59. Fundación Louis Vuitton, París.

Quienes están familiarizados con las obras anteriores de Gehry -que incluyen el Museo Guggenheim de Bilbao y el Museo de Arte Frederick R. Weisman de Minneapolis- tal vez no se sobresalten ante su diseño poco convencional. *Un iceberg vestido con una nube*, como lo describió Jean-Paul Claverie, consejero cultural de Arnault⁴⁹³.

Quien haya visitado Nueva York recientemente debe haberlos visto. Están en el Soho. Y en Tribeca. Ahí, en el epicentro neoyorquino, se levantan tres edificios imposibles de eludir: el trío tiene sello de autor. Uno lo realizó Frank Gehry, para Issey Miyake.



Figura 60. Tienda de Issey Miyake, Nueva York.

⁴⁹³ Propietario del grupo líder mundial del lujo, LVMH, responsable de la elección del Premio Pritzker y Príncipe de Asturias de las Artes.

Otro está ideado por Rem Koolhaas para Prada.



Figura 61. Tienda Prada Nueva York.

Finalmente, está el que Jan Kaplicky y Amanda Levete –la dupla de *Future System*⁴⁹⁴ diseñaron para *Comme des Garçons*.

Si vamos un paso más, incluso podemos jugar a identificar la obra de los diseñadores con movimientos artísticos a los que nos recuerdan, este juego podremos verlo con más detalle en el cuarto capítulo dedicado a la exposición del corpus central (Véase pag.589) de la investigación.

Tenemos el caso de John Galliano con su colección *Más Dior que Dior*, este fue el lema de la suntuosa colección de Alta Costura para el verano de 2009 que el diseñador John Galliano ha presentado en el Museo Rodin ubicado en París para la célebre firma francesa. Enormes volúmenes, abundancia de plisados, volantes, chaquetas entalladas,

⁴⁹⁴ Estudio de arquitectura y diseño fundado en 1979 por Jan Kaplický y David Nixon y disuelto en 2009. Con sede en Londres la mayoría de sus trabajos se pueden clasificar como Arquitectura High Tech (alta tecnología), estilo arquitectónico desarrollado a partir de los años sesenta, goza de una gran variedad de características incluyendo la exposición de componentes técnicos y funcionales de la construcción, una disposición relativamente ordenada y un uso frecuente de componentes prefabricados. Las paredes de vidrio y las estructuras de acero son muy populares en este estilo. Estas características unidas, generaron una estética industrial. La técnica, en algunos aspectos, implicó la base del fundamento estético de las construcciones.

sombreros... El gibraltareño vuelve por sus fueros y, fascinado por los maestros de la pintura holandesa de los siglos XVI y XVII -Vermeer, Rembrandt, Porcellis y cía- reinventa la *maison* por excelencia en un retablo de las maravillas en el que tienen cabida las cerámicas de Delft, las sedas plisadas y estampadas del Renacimiento, el exotismo de las plumas engarzadas en tocados de tul y los omnipresentes trazados del legado de *Monsieur Dior*. El resultado de esta unión ideada por Galliano surgió paso a paso sobre la pasarela al compás de famosas canciones de amor.



Figura 62. Pieza de la colección de primavera-verano John Galliano para Dior, 2009.



Figura 63. Pieza de la colección de primavera-verano John Galliano para Dior, 2009.

Otro ejemplo es la última colección otoño-invierno 2015 de Del Pozo, es una propuesta casi museística inspirada por los pintores Rhys Lee (Australia) y Andrey Remnev (Rusia)⁴⁹⁵, escenas campesinas rusas, destacando un punto siniestro pero muy colorista de Lee y el prerrafaelismo de Remnev, combinación perfecta para unir el espíritu romántico y vanguardista de Del Pozo.



Figura 64. Parte de la muestra de la colección otoño-invierno de DelPozo 2015.

Lee es como siniestro pero muy colorista y Remnev es todo lo contrario, mucho más romántico, muy icónico. La mezcla fue empezar la colección, dijo Josep Font⁴⁹⁶ durante una entrevista con Associated Press antes del desfile.

⁴⁹⁵ Página oficial Jesús del Pozo. <http://www.delpozo.com/es/news/p/delpozo-fw-2015>.

⁴⁹⁶ Josep Font fue nombrado Director Creativo de DelPozo en 2012. Formado como arquitecto, comenzó su trayectoria profesional desfilando sus colecciones de *Prêt à porter* bajo su nombre en Barcelona, Madrid, Tokio y París, ciudad a la que fue invitado para desfilarse en la Semana de Alta Costura durante cuatro años.



Figura 65. Una de las piezas más aplaudidas de la colección otoño-invierno de DelPozo 2015.

Emanuel Ungaro⁴⁹⁷ también realizó su particular homenaje en su colección de primavera- verano 2006 al pintor post impresionista Gauguin.



Figuras 66 y 67. Fotografías de la colección de primavera-verano 2006. Emanuel Ungaro.

⁴⁹⁷ Emanuel Ungaro es famoso por su tratamiento de estampados, que combinan motivos y colores de maneras inesperadas. Sus creaciones son siempre femeninas y elegantes, pero además juega con una amplia gama de colores, texturas y motivos.

Aquilano Rimondi⁴⁹⁸ entiende la primavera como una explosión colorista de marcado aire tropical; y en la primavera del 2014 en concreto la mujer tahitiana que obsesionó a Paul Gauguin durante gran parte de su carrera pictórica se convierte en el referente absoluto del diseñador. El pintor francés pasó largas temporadas en Tahití y allí descubrió que el prototipo femenino europeo al que estaba acostumbrado no tenía nada en común con las mujeres locales. Su belleza despreocupada y racial inspiró al pintor de la misma manera que a Rimondi.



Figura 68. Comparativa visual. Vestido de la colección primavera-verano 2014 de Aquilano Rimondi. Cuadro *The sorcerer of Hiva Oa* de Gauguin 1902.

⁴⁹⁸ Firma italiana lanzada en el 2004 con el nombre de 6267 y fue rebautizada dos años más tarde como Aquilano Rimondi. Formada por dos grandes diseñadores: Tommaso Aquilano y Roberto Rimondi, forman una de las firmas más actuales y conocidas del momento.

Martín Margiela⁴⁹⁹ también hizo su homenaje al pintor en su colección de otoño-invierno del 2014.



Figura 69. Comparativa visual. Abrigo de la colección de otoño-invierno Martin Margiela 2014. Gauguin 1896.

Llegaremos así, a un curioso diálogo entre los estampados Ailanto⁵⁰⁰ y los colores impresionistas; los vestidos vaporosos de Teresa Helbing⁵⁰¹ y el Romanticismo; la geometría rupturista de Ágatha Ruiz de la Prada y el cubismo y surrealismo; las papiroflexias de Mompó⁵⁰² y los collages surrealistas; el colorido geométrico del diseño esperanzado de Benhayer⁵⁰³ y el pop; las siluetas metálicas de Dolores Cortés⁵⁰⁴ y el

⁴⁹⁹ Muy influyente en la moda contemporánea, Margiela formó parte de los seis de Amberes. Siempre ha tratado la moda como una búsqueda filosófica, partiendo de conceptos como el de las percepciones no convencionales de la belleza. Ignora todo tipo de tendencias y prefiere reformular ideas preexistentes hasta agotarlas en el proceso artístico.

⁵⁰⁰ Ailanto compañía de moda creada por los gemelos Iñaki and Aitor Muñoz, localizada en Barcelona desde 1995. Nacidos en Bilbao en 1968, sus diseñadores se trasladaron a Barcelona para estudiar en Fine Arts at University College Barcelona.

⁵⁰¹ El estilo de Teresa Helbig es femenino, elegante y al mismo tiempo sofisticado que hace que todas sus creaciones perduren en los tiempos ajenos al paso de las temporadas. En el *atelier* de Barcelona, Teresa crea y desarrolla todas sus prendas. Es un laboratorio de tendencias donde experimenta con los mejores tejidos hasta conseguir vestidos únicos y excepcionales.

⁵⁰² Manuel Hernández Mompó (Valencia, 10 de octubre de 1927 - Madrid, 25 de enero de 1992), pintor español.

⁵⁰³ Elio Berhanyer, conocido como el maestro Berhanyer, nació el 20 de febrero de 1929 en Córdoba, España. Es uno de los grandes representantes de la moda española en el mundo. Un cordobés universal, cuyo nombre real es Elio Berenguer Úbeda. Sus diseños han sido usados por actrices como Ava Gardner y Cyd Charisse. Combina la alta costura con *Prêt-à-porter*, diseñando también uniformes como los de las azafatas de Iberia, las azafatas de la Copa Mundial de Fútbol de 1982, el del coro de RTVE o el uniforme de las Fuerzas Armadas Españolas.

⁵⁰⁴ Dolores Font Cortés nace en los años 50 en Villareal. Estudia medicina pero, influida por su madre, que diseñaba y fabricaba de forma artesanal trajes de baño para mujer, inicia sus pasos en el mundo de la moda en 1985 y comienza a diseñar colecciones de baño adoptando como firma de sus creaciones el nombre de su madre, Dolores Cortés.

futurismo; o los diseños de impecable arquitectura de Pedro del Hierro⁵⁰⁵ y el constructivismo ruso.



Figura 70. Benhayer colección otoño-invierno 2011.



Figura 71. Dolores Cortés. Colección primavera-verano 2009/2010.

⁵⁰⁵ Pedro del Hierro (Madrid, 3 de octubre de 1948) es un diseñador español, de alta costura caracterizado por la modernidad y la exclusividad de sus diseños. Pedro del Hierro ha sido un clásico consagrado en la Cibeles Madrid *Fashion Week*, llevando a cabo trabajos de alta costura para grandes personalidades y siendo uno de los diseñadores que más casas reales ha vestido.



Figura 72. Colección otoño-invierno de Agatha Ruiz de la Prada (2009) y el surrealismo.



Figura 73. Colección primavera-verano de Agatha Ruiz de la Prada (2008) y *Las meninas* de Velázquez.



Figura 74. Creaciones de novia de Juan Andrés Monpó, 2011.



Figura 75. Ailanto colección primavera-verano 2014

Pero, esta investigación aunque se centra primordialmente en el terreno de la pintura y sus diversificaciones, también, queremos caminar acompañados de la moda y visitar al mismo tiempo sus identificaciones (en menor medida por la densidad que esto supondría), de sus diálogos e intertextualidades con la arquitectura, la escultura.

Todos los artistas y diseñadores que se darán cita en esta tesis, serán los guías en este original viaje creativo. Entre textiles, colores, formas, estampados y cortes, se intentará proceder a una correcta lectura de las obras, intentando descifrar este lenguaje de signos basado en un sistema de comunicación no verbal, qué es la moda.

Un diseñador que no sabe de costura, ni cortar una tela es como un escultor que le entrega el boceto de sus esculturas a otro para que las haga.

Yves Saint Laurent

3.2. DISEÑO DE MODA

El Diseño consiste en hacer una mezcla nueva e interesante de elementos conocidos para crear productos llenos de frescura y originalidad. Consiste en explotar los datos reunidos a partir de una investigación y conseguir traducirlos de forma adecuada. Se involucra en la elaboración de productos para la industria del textil y sus adornos, tales como fibras, hilos y tejido textil con propiedades y características específicas, con el fin de satisfacer diversas necesidades humanas, como la obtención de insumos para el desarrollo de otros productos en los campos de la confección y decoración. Tiene que ver con los textiles técnicos, área en la que se desarrollan telas especializadas para la medicina, arquitectura, ingeniería y deportes, entre otros.

La indumentaria es esencialmente un rediseño del cuerpo, aquello que se proyecta en la ropa afecta directamente en la calidad y vida de las personas: la noción y percepción de su cuerpo. Se crea un nuevo espacio y hábito para el usuario, por ello, una de las exigencias del diseño de indumentaria es crear y elaborar desde el punto de vista de la innovación, creatividad y críticas, aspectos que conviven con la vida. El diseño de moda empieza y termina en el cuerpo, es su punto de partida y su destino final. El cuerpo funciona como una estructura base la cual es moldeada con materia prima, las telas y posibles distintos materiales.

Los elementos para el desarrollo del diseño son imprescindibles y deben tenerse en cuenta para reunir información sobre ellos. Dichos componentes son: silueta, la proporción, la línea, el ritmo, el tejido, el color, etcétera... Éstos serán los elementos

que se convertirán en esenciales cuando se transforman las ideas en formas y en detalles que presenten las prendas. El determinar el tipo de tejido, el uso de color y el estampado y acompañados todos ellos por el hilo conductor que representa la orientación creativa, se tornará en la colección. Existe un proceso en el diseño e incluso un orden para ocuparse de dichos elementos. Estas unidades de significación serán estudiadas en el momento de segunda de la creación, nos servirán para crear una rejilla de vaciado que nos permita analizar las obras presentadas.

3.2.1. PROFUNDIZÁNDO EN LAS UNIDADES SIGNIFICANTES DEL ANÁLISIS. SEGUNDIDAD. DARLE EXISTENCIA A LA EXISTENCIA.

Los elementos del diseño. Los códigos semánticos formales de la composición de la obra.

3.2.1.1 .SILUETA

Es a menudo lo primero que el espectador ve y lo primero ante lo que el espectador reacciona cuando la prenda es presentada en pasarela. La silueta se refiere sencillamente al contorno o a la forma que una prenda crea en el cuerpo. Es algo esencial en el desarrollo de una colección y es lo primero que se aprecia desde lejos, antes de distinguir el tejido⁵⁰⁶.

El volumen está íntimamente asociado a la silueta. La plenitud, la masa, o la falta de ella, se aprecian de inmediato en el estilo de la prenda y en su silueta. También la prenda puede presentar características de ligereza o peso a través del uso de tejidos acolchados, gruesos o transparentes. Al diseñar la silueta, hay que intentar tener en cuenta la prenda desde todos los posibles ángulos. Al igual que los escultores griegos se las ingeniaron para dar movimiento al mármol, Fortuny creó su vestido Delphos. Los pintores renacentistas acudieron al efecto de la tridimensionalidad, para representar un pliegue con volumen, o la delicadeza de Zurbarán para dar una forma veraz al volumen de los trajes.

El desarrollo y la definición de la silueta son importantes para el proceso total del diseño porque darán unidad y contribuirán a crear la identidad de la colección. La

⁵⁰⁶ Seivewright, Simon. (2008). *Manuales de Diseño de Moda. Diseño e investigación*. Barcelona. Gustavo Gili. Pág 123.

inspiración para el diseño de la silueta surge de los distintos elementos de la investigación, en especial de las formas y estructuras o incluso de las siluetas históricas.

En la historia del traje como se verá en el próximo capítulo, han existido muchas siluetas espectaculares y, a menudo, artificiosas que nos permiten comprender los cambios en lo que se ha considerado la forma deseable del cuerpo en cada etapa. Durante el siglo XVII, estaba de moda acentuar la silueta reloj de arena de forma extrema con la utilización de corsés, enormes pelucas empolvadas y miriñaques gigantescos. Los vestidos de corte de las mujeres francesas y la primera noticia de la que se tiene noticia, Rose Bertin, así como su señora, María Antonieta, tipifican esta moda. En las postrimerías del siglo XIX, las mujeres victorianas retoman esta silueta, una vez más, con los corsés y enormes miriñaques.



Figura 76. Maria Antonietta, traje de corte. 1778.

Christian Dior escandalizó al mundo tras la Segunda Guerra Mundial con su *New look*, en 1947. *New Look* supuso un punto de inflexión como pocos en la Historia de la Moda, uno de esos momentos en los que todo cambia y se produce una auténtica revolución

507

New Look hace referencia a la silueta lanzada por Christian Dior en 1947 durante la presentación de su primera colección de Alta Costura. La silueta *New Look* se caracteriza por faldas amplias, cuerpos ceñidos y cinturas de avispa. La “mujer-flor”, como él las denominaba, de hombros delicados, cintura estrecha y faldas que caían en forma de corola, había nacido. Tras una época marcada por el pragmatismo y la escasez económica provocada por guerras y conflictos bélicos, el *New Look* devolvió a los armarios femeninos el gusto por el glamour, el lujo y la feminidad. El exceso de tela empleada en estos diseños puso contra Dior a los comerciantes británicos. No obstante, el francés contó con el apoyo del gobierno galo que vio cómo, gracias a esta nueva tendencia, los ojos de la industria volvían a estar puestos sobre París tras la Segunda Guerra Mundial. La influencia de esta nueva silueta duró más de una década y sobrevivió a la muerte de Dior en 1957⁵⁰⁸. No en vano, tanto John Galliano, al frente de la *maison* durante más de una década, como Gianfranco Ferré o Raf Simons han reinterpretado en la mayoría de sus colecciones uno de los códigos más emblemáticos y reconocibles de la casa de moda francesa.

⁵⁰⁷ Información obtenida en la web de la Maison de Dior. http://www.dior.com/couture/es_es/la-maison-dior/las-historias-de-dior/la-revolucion-del-new-look

⁵⁰⁸ *Ibidem*.








Figura 77. *New Look* de Christian Dior 1950.

La línea de la silueta es el contorno de la prenda; también se denomina línea exterior. Las siluetas de la moda son cíclicas, suelen tener formas geométricas sencillas, como el tubo, la columna, el trapecio, el reloj de arena. En otras ocasiones, se esquematizan en forma de letras, como la silueta X, la V, la A, o bien se acercan al cuerpo. Las líneas de la silueta son determinantes en el aspecto de una prenda. Son bastante estables y abarcan por lo general un periodo de 8 a 10 años sin cambios significativos.

A continuación presentamos un esquema de las diferentes siluetas clasificadas, nos hemos apoyado para hacer la selección en el libro *Diseño e Investigación* de Simon Seivewright, además también hemos consultado algunas web's⁵⁰⁹. Este esquema nos ayudará a complementar y agilizar nuestro análisis en el muestreo.

⁵⁰⁹ <http://www.lafiebredelamoda.com/> y <http://www.mejoratuestilo.com/>

TABLA 3.1.TIPOS DE SILUETA.

<p>Reloj de arena o X</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Presenta la misma talla en la mitad superior del cuerpo que en la mitad inferior, Estrechándose por la cintura. - Los hombros quedan alineados con la cadera. - El busto y la cintura bien definidos. - Las nalgas torneadas.
<p>Rectángulo o H</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Los hombros y la cadera alineados con la cintura. - Hombros rectos y nalgas, abdomen y cadera muy poco definidos.
<p>Triángulo o A</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Hombros estrechos. - Cadera y muslos redondeados y con más volumen.
<p>Triángulo invertido o V</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Hombros rectos y cuadrados. - Cadera y nalgas ajustadas. - Cintura definida. Tubular
<p>Óvalo u O</p> 	<ul style="list-style-type: none"> -Cuello y caderas más estrechas. Busto y cintura con volumen.

Más recientemente, algunos diseñadores como Viktor & Rolf, Comme des Garçons y Gareth Pugh, Jean Paul Gaultier y Alaïa han jugado con el uso de la escala y la proporción en las siluetas. Su trabajo está más íntimamente relacionado con las formas escultóricas e incluso arquitectónicas como se apreciará más adelante.



Figura 78. Piezas de la colección primavera-verano 2015 de Gareth Pugh. Vemos una silueta en el modelo blanco de Pugh que evoca a la silueta de reloj de arena, parte superior inferior proporcionada. En el modelo negro apreciamos una silueta en forma de A, con más volumen en la parte inferior.



Figura 79. Balenciaga años 50. Este modelo puede evocarnos con el juego de líneas y volúmenes a una flor. La silueta es un ejemplo de V tubular.



Figura 80. Comme des Garçons. Abrigo con forma de silueta ovalada.



Figura 81. Jean Paul Gaultier, prendas con silueta de reloj de arena (X) con bastante presencia de líneas curvas y movimiento de inspiración futurista.

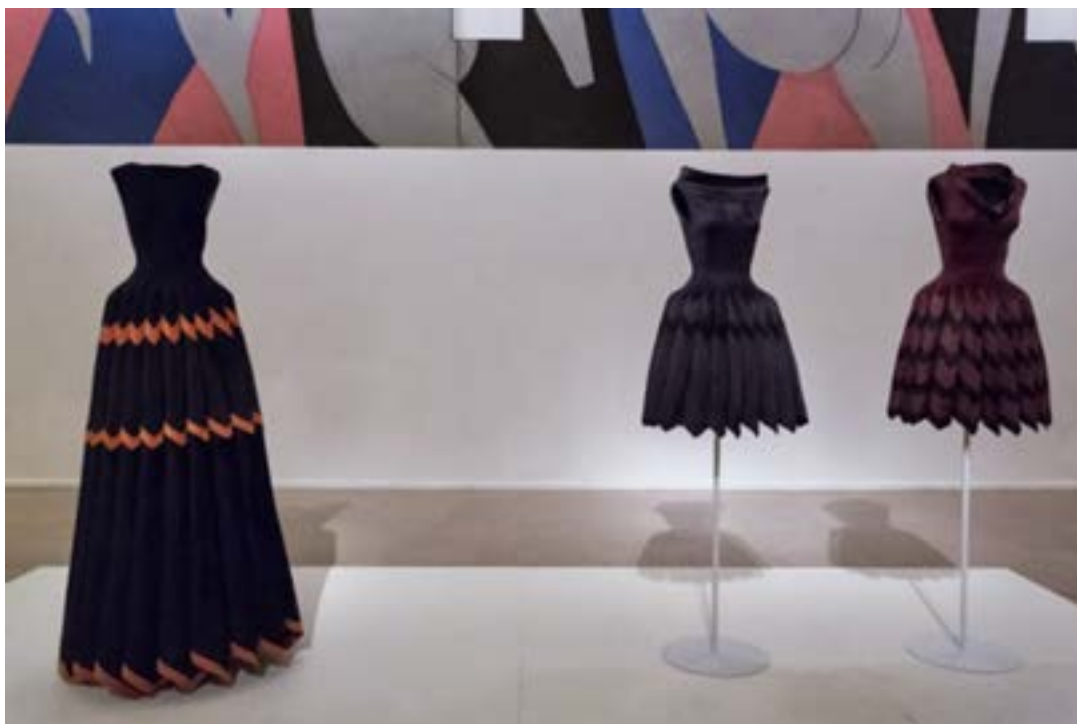


Figura 82. Azzedine Alaïa. Líneas estáticas, cortes puros y limpios. Ejemplo de silueta A.

3.2.1.2. LAS PROPORCIONES Y LA LÍNEA

Christian Dior decía: *Los trajes acaban por ser contruidos como una verdadera arquitectura. Todas las líneas deben corresponderse. Me entrego sobre todo a los volúmenes y a sus relaciones, a las proporciones generales del traje, es lo que más me interesa*⁵¹⁰.

3.2.1.2.1. LA PROPORCIÓN.

La proporción es la relación entre los elementos del diseño en cuanto a su tamaño. El manejo de las proporciones acerca al diseñador al arquitecto. De hecho, algunos arquitectos se inician en la costura, como Cristobal Balenciaga, quien fue denominado por Humbert Givenchy “el arquitecto de la alta costura”.



Figura 83. Bocetos sobre la proporción del maestro Balenciaga 1950.

⁵¹⁰ Larissa, Lando. Diseño de modas. CBH Books. 2009.

Las proporciones de una prenda se refieren a la manera en que se divide el cuerpo a través de la línea -horizontal, vertical y curva- o mediante el uso de bloques de color o textura y tejido. La combinación de estos elementos crea posibilidades infinitas. Las proporciones del cuerpo se observan a través de los cambios en el talle, en el largo y en las líneas del cuello⁵¹¹.



Figura 84. Izquierda vestido ligeramente desproporcionado. Derecha vestido proporcionado.

⁵¹¹ Seivewright, Simon. (2008). Manuales de Diseño de Moda. Diseño e investigación. Barcelona. Gustavo Gili. Pág 125.

3.2.1.2.2. LA LÍNEA

La línea es aquella que traza la silueta de la prenda y también la dividen en secciones o espacios. Las líneas reflejan exactamente el comportamiento de otros factores de costura, como el color y la textura⁵¹². La caída de la tela se traduce en la línea que define la forma de la prenda; y el color siempre está limitado por las líneas. Aparte de esta propiedad, tienen sus propias funciones dentro del diseño de modas. Son las principales responsables de las ilusiones ópticas que podemos crear deliberadamente según nuestro propósito. Mediante las líneas, un diseñador llega a comunicar a la figura femenina un aspecto sublime y romántico o, por el contrario, deportivo y andrógino, o bien sensual y provocativo. En el diseño de moda las líneas se clasifican según su aplicación. Las líneas incluyen:

TABLA 4.2. LAS LÍNEAS EN EL DISEÑO DE MODA

Esta clasificación se ha extraído de la realizada por el estilista y diseñador Simon Seivewright. En Manuales de Diseño de Moda. Diseño e investigación.

LÍNEAS DEL CUERPO	Las del cuerpo que representan en cierto modo la materia prima para el artista debido a que son transformadas en el proceso y al mismo tiempo, sirven de soporte a la prenda
LÍNEAS DE LOS DETALLES	Las líneas de los detalles constituyen un conjunto de líneas interiores en la prenda
LÍNEAS FUNCIONALES	Las líneas funcionales que se dividen a su vez en: → Horizontales → Verticales → Diagonales → Curvas → Líneas de estampado

⁵¹² Seivewright, Simon. (2008). Manuales de Diseño de Moda. Diseño e investigación. Barcelona. Gustavo Gili. Pág 126.

3.2.1.2.2.1. LÍNEAS DEL CUERPO

El diseñador evalúa el físico del cliente antes de abordar la confección y encuentra el modo de disimular sus imperfecciones.

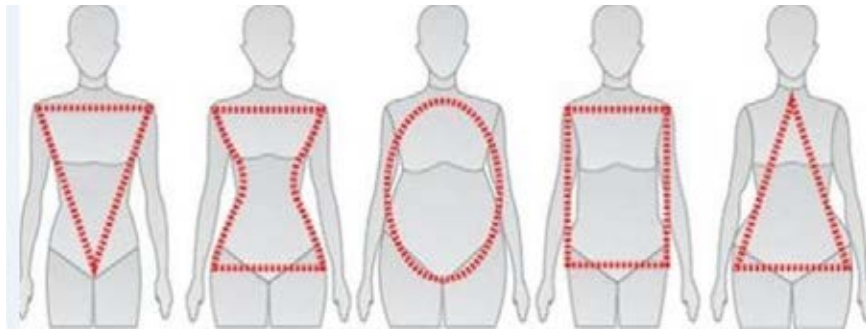


Figura 85. Estudio de las líneas del cuerpo⁵¹³.

3.2.1.2.2.2. LINEAS DE LOS DETALLES

Los detalles son los bolsillos, botones, lazos, tachones, bordados, etcétera. Su efecto está acondicionado por la fisiología de nuestro ojo. Una de las reglas básicas de la vista humana, denominada “ley de lectura”, es la dirección natural del traslado de nuestra mirada, que es de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo. Este fenómeno se toma en consideración en todas las artes plásticas, incluyendo el diseño de modas. Un diseño nos agrada más si nuestra vista, dirigida por elementos, se desplaza de izquierda a derecha y de arriba abajo.

Al mismo grupo de líneas interiores, además de detalles, pertenecen también las decorativas. Esta clase de líneas pueden ser creadas con el único propósito de dividir espacios en proporciones más favorables, estilizar la figura para hacerla lucir más esbelta o aportar más ritmo, glamour y elegancia a la prenda.

⁵¹³ <http://www.lafiebrede lamoda.com/>

Hemos explicado estos dos primeros grupos para tener una idea concreta de todos los distintos tipos de líneas que se pueden analizar. En nuestro caso solamente nos centraremos en el siguiente tipo de líneas; las funcionales porque solamente son éstas las que podemos percibir a través del soporte analizado: la imagen.

3.2.1.2.2.3. LINEAS FUNCIONALES

3.2.1.2.2.3.1. LINEA HORIZONTAL

La línea horizontal comunica a la prenda un aspecto seguro y estable. Es una valiosa aliada del diseñador para una imagen estilizada gracias a su propiedad de modificar las proporciones del cuerpo. Este efecto se logra removiendo las líneas de la cintura, el busto, la cadera y algunas más, de su sitio natural, creando de esta manera una nueva relación entre las partes del cuerpo según el propósito artístico. El efecto negativo de las horizontales, que consiste en hacer aparentar el cuerpo más robusto y lleno, es relativo, ya que puede ser utilizado a favor de la prenda.



Figuras 86 y 87. Chanel: Karl Lagerfeld redefine las líneas horizontales clásicas, románticas de la firma con una visión más moderna. Colección 2011.

3.2.1.2.2.3.2. LINEA VERTICAL

La línea vertical es la privilegiada en la moda actual. Su principal virtud consiste en la facultad de estilizar la figura femenina haciéndola lucir más alta y esbelta, debido a que la vista se centra en esta línea y se desliza de arriba abajo. El diseñador a menudo convierte la vertical en la línea dominante. La prenda basada en las verticales posee destacada elegancia clásica relacionada con las vestimentas griegas y comunica al traje un aspecto de dignidad y cierta formalidad.



Figuras 88 y 89 Conjunto de minifalda recta y chaqueta con cuello recto y capucha, y mangas rectas hasta los codos, rayadas, con gruesas líneas verticales naranjas y blancas. *Trench* de anchas rayas negras y blancas verticales, de cuatro bolsillos, de botón, y botonadura central, cuello de solapas abiertas, mangas por debajo del codo y largo minifalda. Moschino 2013.

3.2.1.2.2.3.3. LINEA DIAGONAL

La diagonal pertenece a las líneas rectas, como la horizontal y vertical, y comparte su efecto algo conservador. Las líneas diagonales ofrecen muchas posibilidades a los trajes de Alta Costura, le otorga mucho dinamismo, y, elegancia.



Figura 90. Diseños vanguardistas de George Chakra. Vestidos con godets y mucho volumen.

3.2.1.2.2.3.4. LINEA CURVA

Las líneas curvas son las que identifican al cuerpo femenino. En ocasiones, el diseñador quiere evitar cierta rigidez propia de las líneas rectas y las transforma en líneas curvas, realzando la suavidad de la figura femenina al repetir sus formas. La naturaleza de las curvas es ambigua.



Figura 91. Creaciones de Chistian Dior colección otoño-invierno 2013/2014.

3.2.1.2.2.3.5. LINEA DEL ESTAMPADO

El diseñador también tiene que tener en cuenta las líneas del estampado del tejido. Las rayas y franjas ubicadas en diversas direcciones. Los estampados grandes se visualizan mejor en prendas grandes. En cambio los pequeños, absorben bien las líneas estructurales. Las líneas pueden crear interesantes efectos visuales, como, por ejemplo, estilizar el cuerpo o conseguir que el talle parezca más estrecho. La moda imperio, de finales del siglo XVII, elevó la línea del talle hasta debajo del pecho, lo que hacía que el cuerpo pareciera más largo.

3.2.1.3 .EL RITMO

Se puede definir como el grado de intensidad de la estructura visual de una prenda⁵¹⁴. Las prendas cuentan con elementos visuales como pliegues, volantes, lazos, bolsillos, botones, etcétera. El estampado de la tela impone su propio ritmo, sobre todo si tiene un dibujo grande y de colores vivos. La misma textura del tejido, especialmente cuando es rústica y brillante, también aporta su ritmo, creando un juego de luz y sombra con cada movimiento. El ritmo visual consiste en la alternancia de los detalles y los espacios vacíos. Podemos distinguir y diferenciar entre un ritmo homogéneo y un ritmo dinámico.

TABLA 3.3 TIPOS DE RITMO

Elaboración propia

RITMO HOMOGÉNEO	El ritmo homogéneo es aquel poseedor de caracteres iguales, exhiben composición y estructura uniformes, lo podemos identificar con un ritmo regular y simétrico
RITMO DINÁMICO	Es aquel que no goza de un equilibrio en su composición y tiene una estructura multiforme, asimétrica.

⁵¹⁴ Seivewright, Simon. (2008). Manuales de Diseño de Moda. Diseño e investigación. Barcelona. Gustavo Gili. Pág 126.



Figura 92. Diseño de John Galliano para Dior 2003. Vestido inspirado en la cultura egipcia. Ante la inmensidad de detalles, brillos y adornos, esta pieza logra encontrar en el ritmo una unicidad, una homogeneidad, pese a los volúmenes y cambios presentes.



Figuras 93 y 94. Diseños de John Galliano para Dior. En estas piezas vemos como los colores contrastados, los distintos volúmenes y cortes de las prendas consiguen tener un valor independiente a todo el resto de la composición. Visualmente este marcado ritmo dinámico te obliga a visualizar la composición por bloques.

3.2.1.4. LA FUNCIONALIDAD

La función de la prenda guarda relación con lo que es la prenda, es decir, un vestido, una falda, un pantalón o una chaqueta. El *brief* sobre el cual se trabaja ofrece a menudo unas directrices que especifican lo que se pretende obtener al final del proceso de diseño, por lo tanto es importante tener claro qué tipo de prendas se están diseñando⁵¹⁵.

TABLA 3.4. FUNCIONAL/NO FUNCIONAL

PRENDA FUNCIONAL	Se dice de aquella prenda en cuyo diseño u organización y desarrollo se ha atendido, sobre todo, a la facilidad, utilidad y comodidad de su empleo.
PRENDA NO FUNCIONAL	Se dice de aquella prenda en la que el diseño y desarrollo no ha atendido al posible empleo y uso de la prenda sino que se ha desarrollado con una finalidad estético/artística.

Muchas veces esta función responde a unas determinadas exigencias o necesidades del propio diseñador, en nuestra hipótesis nos hemos preguntado si están empezando a cambiar estas necesidades al igual que la funcionalidad de las propias piezas. Es una realidad que algunos diseños de la Alta Costura no aspiran a ser funcionales y son utilizados como una imagen de lo que el diseñador quiere expresar con su obra. Muy importante y a tener en cuenta es que gracias a la aparición de materiales novedosos, la funcionalidad abre nuevas puertas que rompen con las funciones clásicas, reconocibles aspirando a un *Nothing is imposible*.

En muchos casos lo primero que llama la atención de estos diseños es su estética, su forma, su originalidad. Pasa a un segundo plano el sentido común y la practicidad como es el caso del dúo Viktor & Rolf que en su colección primavera-verano 2015. A escena presentan una colección de vestidos cuya funcionalidad queda en duda. Aprovechamos

⁵¹⁵ Seivewright, Simon. (2008). Manuales de Diseño de Moda. Diseño e investigación. Barcelona. Gustavo Gili. Pág 126.

para decir que esta original colección intenta explicar la relación entre estos dos conceptos protagonistas de esta investigación (Arte y Moda) y lo hacen, con vestidos que salen directamente de cuadros colgados en la pared.



Figura 95 y 96. Algunos de los originales diseños de la colección primavera-verano 2015.



Figura 97. Algunas de las originales y geniales obras de Alexander McQueen. Se duda del carácter funcional de estas piezas por eso construyen un buen ejemplo de prendas no funcionales.

3.2.1.5. LOS DETALLES

Una buena prenda puede tener una estupenda silueta y una buena línea pero serán los detalles los que la diferencien y definan del trabajo de otros. A menudo, son los detalles los que rematan una venta. Cuando el cliente observa más de cerca una prenda, ve algo más que simplemente la forma y el corte, por ejemplo una forma especial de abrochado, bolsillos especiales, un determinado tipo de cuello o cinturón, plumas, lentejuelas, etc. Todos ellos son elementos que se tienen en cuenta durante el proceso de diseño y a través de ellos se exploran cambios sutiles y variados. El uso inteligente de los detalles se utiliza más para la prenda de caballero porque en ellas resulta menos frecuente el uso de siluetas extremadas o el de tejidos informales para crear diseños nuevos y creativos. A continuación presentamos una tabla que resume el tipo de elementos que conforman los detalles⁵¹⁶.

TABLA 3.5. TIPOS DE DETALLES

ABALORIO	Abalorios: En esta categoría podemos encontrar infinidad de muestras. Se encuentran una amplia gama de productos que van desde la porcelana, terracota, nácar, cristal, resina, madera, hueso, perlas, etc.
ABROCHADO	Los abrochados pueden estar presentes en la parte delantera del vestido o la trasera. En la Alta costura se suele utilizar mucho el abrochado en cruce, formando una X. Este tipo de abrochados aporta más sensualidad al modelo y potencia más las curvas y líneas de la pieza.
BOLSILLOS	Los bolsillos son una parte muy especial de las prendas, pues además de su versatilidad suelen embellecer los diseños. Pueden ser: → Pegados (pegado pespunteado, pegado pespunteado con cartera) → De ojal (de ojal con refuerzos, de ojal con cremallera, de ojal pespunteado) → Carterilla (carterilla recta, carterilla al bias)
BORDADO	En cuanto a los tipos de bordados, entre las muchas variantes existentes, vamos a definir las

⁵¹⁶ Seivewright, Simon. (2008). Manuales de Diseño de Moda. Diseño e investigación. Barcelona. Gustavo Gili. Pág 127.

	<p>más importantes:</p> <p>→Bordado Blanco: Actualmente se hace también con colores y que puede ser de plumetis, inglés, festón, madeira, richelieu, colbert, renacentista, etc.</p> <p>→Bordado Calado: Sistema que se efectúa sacando hilos del propio tejido.</p> <p>→Bordado de Fantasía: Cuando se usan diversas guarniciones, como algodón, lana, seda, cordoncillos, trencilla, hilo de oro, de plata, de cobre, perlas, lentejuelas, etc. Este tipo de bordado recibe diferentes nombres según su tipo, origen, materias utilizadas, etc.</p> <p>→Bordado Persa: Realizado con hilo de oro y piedras preciosas.</p>
COMPLEMENTOS	<p>Son objetos que conforman, de manera secundaria, la indumentaria de una persona. Existe un amplio abanico de complementos:</p> <p>→Sombreros, gorros, boinas, gorras, etc.</p> <p>→Fular, pañuelo, pasmina, etc.</p> <p>→Bolso, cartera, mochila, etc.</p> <p>→Calzado</p> <p>→Cinturón, guantes, etc.</p> <p>→Joyas: Los especialistas opinan que las joyas se dividen en dos tipos: las joyas no metálicas y las que son metálicas.</p> <p>→Bisutería: Conjunto de objetos de adorno personal realizado con materiales no preciosos.</p>
CUELLO	<p>→Cuello Claudine: Tipo de cuello con puntas redondeadas.</p> <p>→Cuello Alto: Llega hasta la línea del cuello.</p> <p>→Cuello a la caja: Tipo de cuello de corte cuadrado o rectangular por delante, y a veces también por detrás. Lo vemos mucho en tops, blusas, vestidos y camisetas.</p> <p>→Cuello Isabelino: Cuello alto con volantes.</p> <p>→Cuello Chino: Estrecho, no muy alto y rígido</p>
ESCOTE	<p>→Asimétrico: Existen muchos tipos de escotes asimétricos, pero normalmente suelen dejar un hombro al aire, favoreciendo a las mujeres con hombros cuadrados, normales o anchos y destacando un cuello largo y fino o alargando el cuello corto o grueso.</p>

→Barco: Este escote se asemeja a la forma de la parte inferior de un barco, de ahí su nombre. Puede ser más cerrado o más abierto, mostrando más o menos los hombros. O bien, más curvado o más suave, incluso recto. Se le conoce también como escote bateau o bandeja.

→Capa o capucha: El escote capa, capucha o drapeado es un escote que cae, con pliegues, parecidos a los de una capucha, de ahí su nombre. Es elegante y sofisticado y, cuando es más pronunciado, sutilmente sensual. Puede adoptar muchas formas, incluir mangas o no, cuello redondo, halter, en V, barco, etc.

→Escote corazón: El escote corazón es uno de los pocos que favorecen tanto a mujeres con poco busto, busto medio y a mujeres mejor dotadas, realzando la forma del pecho y sujetándolo, ejerciendo un efecto *push-up* para mujeres con busto pequeño o medio. Se adaptan prácticamente a todo tipo de cuerpos y hombros y, en función del corte de la prenda o si del escote es más alto o más bajo, se alarga el cuello. Puede ir sin tirantes o con tirantes, mangas cortas, largas...

→Escote cuadrado: El escote cuadrado es uno de los escotes más elegidos por las novias. Se adapta a cualquier tamaño de busto, sujetando bustos generosos. Es un escote perfecto para mujeres con cuello normal o largo y hombros estrechos porque, al ser cuadrado, ensancha la zona de los hombros y acorta el cuello.

→Escote cruzado: El escote cruzado se suele asociar a las tallas grandes, pero esto no siempre es así. Puede ser un escote más pronunciado o más discreto, elegante o más sensual y eso depende de si hablamos de un top o vestido con mangas, tirantes o sin tirantes.

→Escote Halter: El escote halter va sujeto a la parte trasera del cuello, dejando desnudos los hombros y la espalda. Suele tener forma de V, redondo, cuadrado, cruzado o se combina con escote lágrima.

→Escote Lágrima: En vestidos de novia, el escote lágrima se suele ver más en la espalda. Puede ser halter, joya, redondo o cisne que cuenta con una abertura en la zona del pecho, aportando un toque de sensualidad y dinamismo.

→Palabra de honor o strapless: Todo un clásico, apto para mujeres con tallas de busto pequeñas, medianas o más generosas. A veces se le distingue como strapless si es muy bajo y palabra de honor si cubre más, pero en general se le conoce con ambos nombres, ya que strapless proviene del

	<p>inglés (sin tirantes).</p> <p>→Escote redondo o de cisne: El escote redondo es discreto y a veces se le considera insulso, pero puede resultar muy favorecedor, jugando con el corte del vestido o de la prenda. Al igual que el escote barco, también fija la atención en el busto y ensancha los hombros, por lo que es perfecto para mujeres con hombros estrechos y cuellos medios o largos y finos.</p> <p>→Escote en U: El escote en U se suele confundir con escotes cuadrados o redondos. También se le conoce como escote Scoop. El motivo de la confusión es lógico, ya que se trata de un escote cuadrado pero ligeramente redondeado en las esquinas. Suaviza la radicalidad del escote redondo y del escote cuadrado, por lo que es una excelente elección si no te favorece uno u otro.</p> <p>→Escote en V: Este es un escote muy sensual que, al ser más pronunciado, se convierte en un escote profundo. Alarga el cuello, se adapta a diferentes tallas de busto, realzando bustos pequeños y medios y sujetando bustos más generosos e, igualmente se adapta a hombros finos normales o anchos.</p>
MOTIVOS FLORALES, PLUMAS	También se pueden utilizar adornos como las flores y las plumas que embellecen y personalizan el diseño.
JUEGOS DE TEXTURAS	Los juegos de texturas ofrecen infinitas posibilidades ya que se refieren a la posible combinación de tejidos y pequeños abalorios.

Entre la multitud de detalles presentamos el caso del vestido de Alta Costura de Valentino en su colección primavera-verano 2014. En la pieza apreciamos un fino bordado de fantasía que se convierte en el detalle protagonista de la obra. Este fino bordado al mismo tiempo nos ubica en la obra de Lucas Cranach con la que realizamos la comparativa visual.



Figura 98. *Adán y Eva* (1526) de Lucas Cranach *el Viejo* en el desfile de Valentino de la colección primavera-verano Alta Costura 2014. La obra del pintor alemán aparece en un vestido glorioso dando vida al Edén, en una colección plagada de referencias artísticas.



Figura 99. Diseño de Jean Paul Gaultier, en la imagen puede apreciarse el fuerte uso en los detalles de piezas de bisutería que funcionan como adornos personales del diseño.

3.2.1.6. COLOR

El color se vive como una necesidad del espíritu, el color o la gama de colores empleados define un estilo, compromete la tarea y cobra sentido junto a la forma. Le da equilibrio al conjunto. Se trata de estudiar prenda a prenda y combinar todo el esquema, funciona en conjunto, y nada queda librado al azar, se controla el mundo del color en su totalidad.

El profesor Luis Casablanca, autor de una importante investigación sobre la obra de Jesús del Pozo, recuerda que cuando trabajaba con el diseñador en varias de sus colecciones, la necesidad de fabricación de sus propios colores, el mundo del color y su particular visión del mismo, formaban parte del universo de este diseñador. Esto nos recuerda al tratamiento del color del también diseñador Mariano Fortuny. Con frecuencia, a Mariano Fortuny se le adjudica el calificativo de “mago”, en un intento vano, pero al menos poético, de atribuirle poderes maravillosos a la hora de crear sus singulares obras, en particular por lo que se refiere a la obtención de colores para sus pinturas y para el tintado de las telas -que él mismo preparaba siguiendo secretos procedimiento de fabricación extraídos de antiguos recetarios-, y también por lo que atañe a sus magistrales métodos para la estampación de terciopelos, sedas y algodones, con los que además simulaba habilidosamente diversos tipos de tejidos antiguos así como posibles irregularidades y defectos en ellos, en el afán de hacer, como se decía en el texto del folleto publicitario Société Anonyme Fortuny, publicado en 1919 en el *Gazzettino Illustrato*, no falsos viejos sino reediciones, interpretaciones o traducciones de tejidos y vestidos de otras épocas, reconstruidos sobre fragmentos antiguos pero de una manera totalmente nueva y original .

El destacado modisto italiano Valentino expresó en una entrevista⁵¹⁷ que *la elegancia no es solo la línea: depende de los colores y de ser capaz de combinarlos*.

El color es lo primero que se nota cuando se mira una prenda y es algo que se percibe espontáneamente. Por medio de él, el diseñador consigue crear ilusiones ópticas que transforman a la persona haciéndola parecer más delgada y más alta o modificar las proporciones de su cuerpo. El color puede resaltar las ventajas y disimular los defectos de una persona. En otro orden, debido a sus efectos psicológicos, es el principal responsable del estado de ánimo que transmite la prenda.

El color es un aspecto fundamental del proceso del diseño. La psicología del color, la historia y la cultura presentan relaciones profundamente complejas. Las sociedades otorgan significados a los colores a partir de la naturaleza, de la religión, la política y lo puramente emocional. A menudo los significados varían de una cultura a otra: el rojo en China simboliza la prosperidad y la buena suerte, mientras que en Occidente es un signo de alarma o precaución, como en las señales de tráfico. Los colores del luto varían desde el negro en Occidente, el amarillo de Egipto, el azul en Irán, el rojo en Sudáfrica y el púrpura en Tailandia. A menudo las asociaciones mentales respecto a los colores proceden de la historia: los funcionarios romanos vestían de azul y por eso se utiliza en los uniformes de los policías actuales; el violeta es un color asociado al lujo debido a las antiguas leyes que permitían que solamente la nobleza se pudiese costear el carísimo pigmento púrpura que se extraía de un tipo de concha del Mediterráneo.

También las combinaciones de colores poseen un significado cultural. Rojo y verde son los colores tradicionales de la Navidad; rojo, blanco y azul representa el patriotismo (y hasta cierto punto el conservadurismo) en algunas culturas; rojo, naranja, amarillo y

⁵¹⁷Entrevista a Rodolfo Valentino en la revista digital *Magazine* de *El mundo*. Domingo 28 de julio del 2002. <http://www.elmundo.es/magazine/2002/148/1027695100.html>

marrón marcan el cambio de temporada hacia otoño; blanco y azul marino se asocian a temas náuticos, y la combinación de amarillo y rojo se suele usar en los restaurante para despertar el hambre.

En el diseño el color, suele ser el punto de partida de una colección, dictarán el espíritu o la temporada para la que se trabaja. Es vital para los diseñadores conocer la teoría del color y cómo se crean y combinan los colores. Aunque es importante comprender los colores, la mayoría de los diseñadores no elige sus paletas cromáticas basándose en las teorías.

Hay muchas variaciones en función de la moda, aunque realmente el diseñador de Alta Costura que es aquella figura en la que está centrada la investigación, puede ignorar el hecho de la paleta cromática y las modas, puesto que él la marcará para después suministrar a otros mercados más económicos. Con el color sucede lo mismo que con la funcionalidad, siempre en este caso ganará la visión del propio diseñador.

El color constituye un aspecto comparativo en nuestra investigación. Analizaremos cómo el uso de determinados colores en un cuadro puede servir como inspiración a la hora de elaborar una colección. Antes de ello presentamos una tabla con sencilla clasificación de los colores.

TABLA 3.6. CLASIFICACIÓN DE COLORES

COLORES CÁLIDOS	<p>Los colores cálidos (amarillos, naranjas y rojos) tienen un efecto estimulante y dan la impresión de que avanzan, que se adelantan de la superficie que los contiene. Esto provoca sensación de cercanía. Son colores vitales, alegres y activos.</p> <p>→El amarillo es excitante, evoca fuerza y voluntad.</p> <p>→El naranja puro es también un color asociado con la vitalidad, pues comprende mezcla de rojo y amarillo. Tan excitante como el rojo, conviene usarlo con moderación y respeto.</p>
-----------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>→ El rojo puro es el color más vital, asociado a la acción intensa y excitante. Usado puro puede resultar un tanto violento, por eso debe ser usado con moderación, en detalles. De toda la gama de rojos -bordó, bermellón, magenta, etc.-, se puede decir lo mismo. El rojo rebajado con blanco, en tonos más pasteles, puede en cambio producir confort y calidez.</p>
COLORES FRÍOS	<p>Producen una acción relajante y un efecto de retroceso, alejamiento, generando sensación de distanciamiento. Producen una impresión de reposo y calma, y utilizados solos pueden dar efecto de poca intimidad y de tristeza.</p> <p>→El azul, es el color más frío de todos. Expresa calma, quietud y reposo. Goza de una calidad sedante. Mezclado con verde o violeta, reduce su austeridad y frialdad.</p> <p>→El violeta es un color que produce tristeza. Es el color religioso, místico por excelencia. Es un color indiferente y distante, capaz de evocar la idea de misterio. Por ser el color de una onda de longitud más corta, expresa silencio y profundidad triste. Aumentando su proporción de rojo se hace más vital y activo. Aumentando el azul, acentúa su frialdad y distanciamiento. Los matices lila y lavanda son de un marcado perfil femenino.</p> <p>→Por ser un color mezcla entre azul y amarillo, dos colores de características opuestas, podríamos decir que es un color equilibrado, que expresa quietud, vegetación, frescura. El verde puro es un color neutro, que puede hacerse más frío aumentando la cantidad de azul o más cálido aumentando la participación de amarillo. Los más estimulantes, por supuesto, son los verdes-amarillos.</p>
BLANCO, NEGRO Y GRIS	<p>→Blanco: Es el que mayor sensibilidad posee frente a la luz. Es la suma o síntesis de todos los colores, y el símbolo de lo absoluto, de la unidad y de la inocencia, significa paz o rendición. Mezclado con cualquier color reduce su croma y cambia sus potencias psíquicas, la del blanco es siempre positiva y afirmativa. Los cuerpos blancos nos dan la idea de pureza y modestia. El blanco crea una impresión luminosa de vacío, positivo infinito.</p> <p>→Negro: La corriente de no reconocer al negro como color proviene del impresionismo, que en sus cuadros, en los que el color es lo más importante, no existía esta tonalidad. Entendían que el blanco era la suma de todos los colores y que el negro la ausencia de todos ellos, por lo que no era un color. Sin embargo el negro es un color sin color. Todo lo que representa el lujo, viene acompañado de negro, no se necesita nada más que lo complementa, el producto se muestra tal cual es. Todos los objetos que significaban el avance de la</p>

	<p>técnica y la sociedad eran negros: la televisión, los teléfonos, los ordenadores....Elegancia y sensualidad.</p> <p>→Gris: Es el centro de todo ya que se encuentra entre la transición entre el blanco y el negro, y el producto de la mezcla de ambos. Simboliza neutralidad, indecisión y ausencia de energía. Muchas veces también expresa tristeza, duda y melancolía. El color gris es una fusión de alegrías y penas, del bien y del mal. Da la impresión de frialdad metálica, pero también sensación de brillantez, lujo y elegancia.</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

La tonalidad cálida está presente en la comparativa visual de los cuadros de Vincent Van Gogh y Klimt y el conjunto de chaqueta del diseñador Yves Saint Laurent y el vestido de John Galiano. Los colores más lumínicos son el amarillo intenso, el naranja y el verde limón. Estos colores, que parecen emanar luz propia, se definen también como brillantes y encendidos. Algunas tonalidades azules y rosadas también pueden ser lumínicas. La calidez del color es su tendencia al rojo y a los colores de la llama. Todos los colores de la parte izquierda del círculo cromático son cálidos; se califican como excitantes, alegres y activos.



Figura 100. Comparativa visual. Colección otoño-invierno de Yves Saint Laurent 1998. *Los girasoles* de Van Gogh (1889).



Figura 101. Comparativa visual. Colección primavera-verano de John Galiano 2008. Retrato de Adele Boch, Klimt.

La frialdad del color se asocia al hielo, el cual, en grandes cantidades es azulado. Fríos son todos los colores que tienen tendencia al azul. Se consideran tranquilos, algo deprimentes y pasivos. Las tonalidades que están situadas en el área fronteriza entre los colores cálidos y los fríos, como el violeta, el púrpura, el carmín y el verde, pueden considerarse tanto cálidos como fríos, dependiendo del color yuxtapuesto.



Figura 102. Comparativa visual. Colección otoño-invierno de Yves Saint Laurent, 1998. *Los lirios* de Van Gogh (1889).



Figura 103. Comparativa visual. Colección primavera-verano de Rodarte, 2012. Modelo inspirado en *Almendros en flor* de Van Gogh (1890).

La saturación o intensidad se refiere al grado de pureza del color. El saturado o puro es aquel color que no contiene gris. Se ha de tener en cuenta que los colores están sujetos a las variaciones visuales producidas por los otros que están a su lado. Este fenómeno se refleja en La ley de contraste simultáneo, la cual afirma lo siguiente: *El efecto óptico de un color depende del color yuxtapuesto*⁵¹⁸.

Podemos unir los colores de forma armonizada a través de tres esquemas: monocromático, el análogo y el contraste. Las combinaciones monocromáticas están compuestas por diferentes valores o tonalidades del mismo color, en ciertas ocasiones pueden resultar algo monótonas, pero se resuelve utilizando un color más llamativo o refrescante.

⁵¹⁸ Eugène Chevreul. *De la ley del Contraste Simultáneo de Colores*, un libro cuyo objetivo era ayudar en la selección de colores armoniosos para la fabricación de gobelinos; pero resultó ser más importante para los artistas de la época. Para Delacroix primero y luego para los Impresionistas fue un libro de cabecera. Fue publicado en 1839.

Las combinaciones análogas se logran con agrupaciones de colores próximos en el círculo cromático, los cuales además tienen un color en común. Las prendas vanguardistas rompen a menudo con esta regla ya que el desafío a las normas estéticas establecidas forma parte esencial de su naturaleza.

En las combinaciones contrastes se usan los colores complementarios. Poseen una impresionante fuerza, cualidad que se debe a la ley del contraste simultáneo. Según las propiedades de los colores integrantes, las gamas contrastes pueden llegar a ser dramáticas, como en el caso del blanco o rojo con el negro; pueden lucir triunfantes y jubilosas, como el naranja y el violeta; o bien emanar una potente fuerza vital, como en la combinación del verde con el rojo.



Figura 104. Colección primavera-verano de Louis Vuitton 2013, inspirado en el movimiento op art.



Figura 105. Comparativa visual. Modelo de John Galliano para Dior, 2007. *White Center* de Mark Rothko 1950.

3.2.1.7. TEJIDOS

La elección del tejido para una prenda es casi siempre esencial para su éxito. El tejido constituye a la vez el elemento visual y sensual del diseño. La caída y el tacto de un tejido determinan la forma en la que una prenda se lleva y cae sobre el cuerpo. Con frecuencia, los diseñadores eligen el tejido antes de diseñar la prenda y se inspiran en su apariencia, en su tacto y en su ductilidad. Es muy importante subrayar que la silueta se ve influida por la calidad o tipo del tejido utilizado, por ejemplo un jersey de seda drapeará y se deslizará sobre el cuerpo de una forma natural, mientras un tejido de lana más pesado tendrá más cuerpo y creará más volumen⁵¹⁹.

El conocimiento de los tejidos asegura que el modelo ideado por el diseñador salga de acuerdo con su imaginación. Un buen maestro que domina la caída de la tela es capaz de cortarla de manera tal que la prenda tome la forma deseada. La destacada estilista parisina Nina Ricci, reconocida por su arte de manejar el tejido, confesó que la tela “le hablaba”⁵²⁰, es decir, sugería por sí misma como tenía que ser la prenda. Algunos diseñadores se inspiran directamente en la tela. Los tejidos se dividen en dos grandes grupos: los rígidos y los flexibles.

La clasificación de las telas según este criterio es necesaria para su adecuado uso. Vemos la clasificación de tejidos.

⁵¹⁹ Seivewright, Simon. (2008). *Manuales de Diseño de Moda. Diseño e investigación*. Barcelona. Gustavo Gili.

⁵²⁰ Lando, Larissa. (2009) *Diseño de Modas*. CBH Books, Canadá.. Pág 112.

3.7. TABLA DE TEJIDOS

TEJIDOS RÍGIDOS (Más usados)	TEJIDOS FLEXIBLES (Más usados)
→Denim	→Chiffón
→Poliéster	→Georgette
→Tafetín	→Seda (excepto la salvaje que es rígida)
→Organza y tul	→Crepe
→Dril	→Satén
→Algodón	→Gasa
→Canvas	→Viscosa

3.2.1.7.1. TEJIDOS RÍGIDOS

Los tejidos rígidos forman una amplia familia, desde los gruesos hasta los transparentes y se utilizan para toda clase de vestuario. En este grupo se puede incluir el denim, el poliéster, el dril, el tafetín, la organza, organdí, tul y otros. Las telas de relleno, tales como la cretona y el pellón, también pertenecen a este grupo.



Figura 106. Elib Saab, colección Alta Costura otoño-invierno 2014-2015. Inspiración impresionista.

Los tejidos rígidos tienen caída recta y forman pliegues escasos y quebrados. Su rigidez se transmite a la silueta, comunicándole un aspecto sobrio. Son resistentes, duraderos y mantienen bien la forma.



Figura 107. Colección primavera-verano de Chanel, 2014. Muestra de tejidos rígidos



Figura 108. Colección otoño-invierno de Viktor & Rolf, 2014. Muestra de tejidos rígidos.

Las variedades vistosas de las telas rígidas son perfectas para las prendas de fiesta, porque dan volumen a faldas amplias, impresionantes lazos, vaporosos volantes, mangas enfáticas o gigantescas flores artificiales.



Figuras 109 y 110. Muestras de piezas realizadas con tejidos flexibles.

3.2.1.7.2. TEJIDOS FLEXIBLES

Los tejidos flexibles finos revelan las líneas del cuerpo y forman pliegues redondos y menudos. Las variedades gruesas de los tejidos flexibles sugieren las líneas del cuerpo de manera discreta, formando amplias áreas suavemente hundidas o levantada y pliegues más escasos, aunque también redondos.



Figura 111. Colección primavera-verano de Elie Saab, 2015.



Figura 112. Colección primavera-verano de Naeem Khan, 2015.

Una amplia gama de telas flexibles se encuentra a disposición de la mujer para la ropa de noche. Entre los livianos tenemos el chiffon y el georgette, sumamente femeninos y delicados. Las sedas naturales o sintéticas, son los únicos tejidos posibles para los modelos drapeados. Entre los más pesados aparecen el crepé, el terciopelo, el satén y el brocado de seda.

Al mismo tiempo la elección del tejido dependerá de las funciones y las prestaciones de la prenda; en otras palabras, debe responder a la pregunta: ¿es adecuado para la finalidad que se le quiere dar? Por ejemplo el denim, se utiliza para vaqueros y para ropa de trabajo debido a su resistencia, mientras que el algodón con un acabado de teflón se usa para ropa deportiva impermeable. Además los tejidos guardan relación con la temporada, también se eligen por sus cualidades estéticas, es decir, por su aspecto, tacto y porque afianzan la orientación creativa escogida, sea a través del estampado, la textura o los bordados.

3.2.1.8. LOS ESTAMPADOS Y ADORNOS

Son un elemento fundamental que debe tenerse en cuenta en el diseño de una determinada prenda y en el desarrollo de una colección completa. A menudo, el estampado, ilustra el color de la paleta, los temas o influencias que ha recibido el diseñador. Piénsese en una colección inspirada en las formas del constructivismo y del *art déco* y en cómo ello determinará el color y los dibujos de las prendas diseñadas⁵²¹.



Figura 113. Colección primavera-verano de Gucci inspirada en el *art déco*, 2012.

Gucci, por ejemplo, basó toda su colección 2012 en ese estilo, el *art déco*. Sus creaciones se adornan con estampados y aplicaciones que recuerdan los ornamentos de edificios emblemáticos como el *Chrysler*⁵²². Otros rasgos que definen esta corriente son los pliegues y godets, que mantienen las prendas sutilmente ajustadas a la silueta hasta más abajo de las caderas, sin marcar curvas.

El estampado puede repetirse en toda la superficie de la prenda o ser sólo un motivo en un lugar determinado. Los grafitis del artista pop americano Keith Haring fueron la

⁵²¹ Seivewright, Simon. (2008). Manuales de Diseño de Moda. Diseño e investigación. Barcelona. Gustavo Gili. Pág 131.

⁵²² El edificio Chrysler es un muy buen ejemplo del estilo arquitectónico *art déco* situado en el lado este de Mahattan; la ornamentación distintiva de la torre está basada en los tapacubos usados por entonces en los automóviles Chrysler. En cada esquina del piso 61 hay una gárgola con forma de águila. En las esquinas del piso 31, están unas réplicas de las tapas de los radiadores de los automóviles Chrysler de 1929, a las que se les añadieron unas alas.

inspiración para la colección de primavera-verano del diseñador francés Jean Charles de Castelbajac en el 2002.



Figura 114. Comparativa visual. Colección primavera-verano de Castelbajac, 2002. Grafitis de Keith Haring.

Franck Sorbier creó para su colección de Alta Costura de 2011 trajes inspirados en obras de arte como las del pintor estadounidense Basquiat o del artista plástico francés, Robert Combas, entre otros. Cuatro chaquetas pintadas a mano por su esposa Isabelle reflejan la obra de una generación de artistas, heredera del cubismo. La serie se llama *Manhattan*.



Figura 115. Colección otoño-invierno de Franck Sorbier, 2011.

Los estampados pueden producirse en distintas formas, en diversos materiales y con distintas técnicas y tejidos. Los estampados son una gran y potente herramienta de comunicación para el diseñador ya que le permite personalizar aún más su propio diseño o idea. La moda de los estampados siempre ha sido tendencia, es un recurso muy utilizado que cambia de forma cíclica a lo largo del tiempo. Actualmente cada varios meses los estampados suelen cambiar de moda, al ser un recurso muy utilizado y muy rentable se permiten tener esta corta vida para después volver a renacer. A veces los diseñadores se apropian de alguna obra y la llevan a ser estampación protagonista en su obra. Tenemos el caso de Alexander McQueen y pintor holandés Maurits Cornelis Escher. El modernismo matemático no es precisamente una corriente artística, pero sí una de las artes gráficas y decorativas más minuciosas y espectaculares, y que el dibujante Maurits Cornelis Escher, conocido como M.C. Escher, se encargó de fundar.

Su obra combinó la ciencia matemática con la gráfica a través de ilustraciones de ilusiones espaciales, edificios imposibles y figuras que se repiten, todo teñido por un detallismo que colinda con la manía. Una obra de difícil lectura, o al menos poco literal, pero que sin embargo Alexander McQueen supo interpretar con dramatismo. El diseñador británico escogió las gráficas de Escher para estampar los teatrales vestidos de su colección otoño-invierno 2009/2010. En este caso el diseño que toma elementos de un artista como Escher termina por convertirse en una obra de arte mayor. Al ver un vestido de McQueen no vemos a otro artista, lo vemos a él



Figura 116. Comparativa visual. Colección otoño-invierno de Alexander McQueen, 2009. *Metamorfosis* de Escher 1939-1940.

También Enmanuel Ungaro también realizó un vestido utilizando un estampado inspirado en la obra de Warhol. La firma británica Erdem más recientemente también realizó una pieza estampada en la misma serie de Warhol.



Figura 117. Vestido del italiano Enmanuel Ungaro inspirado en las flores warholianas (1964).



Figura 118. Vestido de Erdem. *Flowers* de Andy Warhol (1964).

Esta transferencia de imágenes puede llevarse a cabo a través de varios procesos: estampado a rodillo (que cuenta con una prensa y un juego de rodillos), el estampado con pantalla plana (en lugar de los rodillos se utilizan una serie de pantallas de malla, metálica o de tela), el estampado con pantalla rotativa (combina los dos métodos anteriores) y por último el estampado con calco (es el proceso más económico y que al mismo tiempo, permite obtener buena calidad de color).

Las nuevas tecnologías han permitido a diseñadores como Basso & Brooke, Ashish y Sarah Arnett sacar un inmenso partido del estampado digital en sus colecciones hasta convertirlo en su particular sello, un factor que resulta interesante a la hora de hacerse un hueco en esta industria. La principal aportación del adorno es aportar un efecto tridimensional y decorativo en el tejido, y además también ayudar a dar forma o volumen a la prenda.



Figura 119. Colección otoño-invierno de Basso & Brooke, 2010. Figura 120. Colección otoño-invierno de Sara Arnett, 2012.

3.2.1.9. MATERIALIDAD DEL DISEÑO EN MODA

El artista estudia armoniosamente su materia, la explora hasta el fondo, espía su comportamiento y reacciones, la interroga para poderla domar, la obedece para poderla someter, profundiza en ella para que revele posibilidades latentes y adaptadas a sus intenciones, ahonda en ella para que ella misma sugiera nuevas e inéditas posibilidades.

Liugi Pareyson⁵²³.

Cuando hablamos de materialidad visible, intentamos sortear la objeción de que la superficie sólo representa una parte de la materialidad global. Dado que en la percepción participan otros sentidos además de la vista, se deduce que la materialidad es necesariamente algo más que la estructura de una superficie⁵²⁴. Para aclarar este punto, se puede utilizar una definición filosófica que acuñó el concepto de “materialidad” y que sugiere que los cuerpos no sólo se componen de materia -de una sustancia material- sino que también transmiten una sensación de presencia física. Así, la materialidad deriva de la materia, y esta definición unifica muchos aspectos relativos a los materiales.

Sin embargo, dicha explicación no incluye todos los aspectos que engloba el concepto de materialidad. En moda, además de la superficie, la estructura interna y la emergencia resultante de una entidad física, también se da un aspecto de asociación de ideas especialmente importante. Los materiales se pueden identificar con determinadas situaciones y las simbolizan: la asociación de la seda con la riqueza y el poder. Por lo

⁵²³ Eco, Umberto. *Historia de la belleza*. Barcelona. Editorial Lumen. 2004. Pág.402.

⁵²⁴ Manfredd, Hegger. *Materiales*. Barcelona. Gustavo Gili. 2010. Introducción.

tanto, están presentes tres niveles de significado: la materialidad interna, la visible y la asociativa que sea aquella que se trata en la terceridad propuesta por Pierce.

Teniendo en cuenta esta definición la materialidad también será un elemento cuantificable en el análisis de la prenda pudiendo estar gozar o no de materialidad. La percepción de la materialidad se basa en criterios personales, individuales, que no son ni acertados ni equivocados. Muchos diseñadores notables han desarrollado sus propios puntos de vista respecto a la materialidad: Paco Rabanne y Comme des Garçons, han utilizado una selección de materiales propia para dotar a su moda de un sello distintivo perdurable en el tiempo.



Figura 121. Diseño de Paco Rabanne, ejemplo de materialidad.



Figura 122. Fotografía de uso editorial facilitada por el Museo Boijmans Van Beuningen, de la muestra *El futuro de la moda es ahora*, celebrada en el 2014.

El tratamiento de los materiales y el placer de experimentar con ellos enriquecen a la moda. En este sentido, la atracción por la novedad desempeña un papel fundamental, y todo diseñador es consciente de ello. Muchos eligen materiales innovadores como recurso para convertir sus diseños en obras únicas, hecho que ofrece unas posibilidades que, cada vez con mayor frecuencia, se están transformando en temas centrales de la

moda, explorando los límites de lo técnicamente posible, utilizándolos de forma intencionadamente incorrecta, o tomando materiales de ámbitos ajenos a la moda.

Para elegir un material se requiere el conocimiento de una gran cantidad de datos concretos, aunque también es necesario tener intuición y sensibilidad para adoptar el material adecuado en un contexto concreto. La materialidad se estudia primero desde la perspectiva de lo objetivamente comprobable, es decir, de los factores “tangibles”, y se plantean cuestiones importantes como las condiciones externas a las que se exponen los materiales, cómo les afectan y cómo se puede sistematizar el proceso de selección. El diseñador conducirá a su público desde las diversas posibilidades que ofrecen los materiales, pasando por las estrategias de proyecto, hasta los puntos de vista que se desarrollan a partir de la materialidad.

Cuando el hombre decide en el Neolítico abandonar su vida nómada y convertirse en un ser sedentario, está creando el escenario donde empezará a conocer y experimentar con las fibras textiles naturales que la naturaleza le brinda⁵²⁵. A estudiar sus propiedades, su utilidad, sus posibilidades más allá de su apariencia y la manera cada vez más compleja de trabajarla. El diseño, el confort y hasta la funcionalidad de una prenda depende en gran medida de los materiales empleados en su construcción. Pero el hombre no se conforma con tomar de la naturaleza lo que esta le ofrece, sino que propone alternativas, creando fibras que imiten a las naturales, cuando estas son escasas o costosas, y otras que superen algunas de sus propiedades: peso, resistencia, duración, coste. Fibras distintas de las ofrecidas por el entorno, fibras desarrolladas en un laboratorio que sirvan a los nuevos intereses de los usuarios.

⁵²⁵ Información obtenida en el Catálogo La moda imposible. Moda de vanguardia en el Museo del traje 1960- 2010. Ministerio de Educación y Cultura. 2013. Pág 17.

3.2.1.9.1. DESARROLLO DE LAS FIBRAS DEL SIGLO XX Y XXI.

Tanto el siglo XX, como el XXI han sido el escenario de las fibras químicas, que, de manera general, comprenden las fibras artificiales y las sintéticas. En tanto que las sintéticas se obtienen de productos derivados del petróleo por síntesis orgánica, las artificiales proceden de materiales naturales, fundamentalmente la celulosa, por lo que su constitución química y muchas de sus propiedades son semejantes a las de las fibras naturales⁵²⁶.

Conseguir una fibra semejante a la seda, tanto por su aspecto como por sus propiedades técnicas, se convirtió en el gran reto de todos aquellos que se dedicaron a la investigación de las fibras químicas y su aprovechamiento. Además, había que dotarlas de la longitud suficiente para poder ser tejidas; por ello, tras la obtención del material, se efectúa un proceso de consolidado y estirado (hilatura), hasta obtener un filamento continuo similar al de las fibras naturales. El empeño investigador para obtener fibras químicas no es tan reciente como podríamos creer. Ya en 1664 el naturalista inglés Robert Hooke publicó un artículo donde sugería la posibilidad de producir una fibra artificial tan buena o mejor que la seda, siguiendo un proceso similar al que siguen los gusanos de seda. Pero este fue un intento puntual, ya que para que se consiguiera la materialización de esta idea hubo que esperar hasta 1884, año en que el químico francés Hilaire de Chardonnet dio a conocer la “seda artificial”, que cinco años después causaría sensación en la Exposición de París de 1889. A Chardonnet se le recuerda por ello como “el padre del rayón”.

El siglo XX se convertirá en una carrera de empresas dedicadas a la investigación y producción de fibras, para ser las primeras en patentar y comercializar las nuevas que se iban descubriendo, así como a optimizar los distintos pasos de su procesado. El rayón y

⁵²⁶ Información obtenida en el Catálogo La moda imposible. Moda de vanguardia en el Museo del traje 1960- 2010. Ministerio de Educación y Cultura. 2013. Pág 17.

acetato, el nylon y el poliéster, el elastano, las clorofibras y el lúrex, junto con otros materiales como el aluminio; son las diversas fibras que han contribuido en la evolución.

3.2.1.9.2. LOS NUEVOS MATERIALES

A finales de siglo se encuentra el umbral de un nuevo mundo, lleno de posibilidades en el ámbito de los materiales textiles, que pondrá al alcance un nuevo estilo de vida. En esta nueva era los textiles contarán no solo con la participación de productores de fibras, transformadores de las mismas y tejeduría, sino que nuevas disciplinas como la electrónica, la informática, la química, la ingeniería de materiales y la biología formarán parte activa en la consecución de nuevas fibras o la alteración de sus prestaciones⁵²⁷.

3.2.1.9.2.1. NANOMATERIALES

La nanotecnología, como rama del diseño de materiales, pone en contacto los dispositivos e instrumentos más pequeños fabricados por el hombre con los átomos y las moléculas del mundo natural. Consigue así revolucionar el diseño de superficies para mejorar las cualidades estéticas y táctiles de los textiles, con frecuencia imitando el comportamiento de los materiales naturales, o inspirándose en ellos para resolver algunos problemas cotidianos. La nanotecnología puede ser utilizada dentro de la ingeniería textil en varias áreas para dar a los tejidos diferentes tipos de acabamientos, tales como en los teñidos, para dar suavidad en la superficie, en los colorantes utilizados para hacer los estampados y es por esto que la fabricación de ropas fabricadas con productos nanotecnológicos se denominan inteligentes o textiles nanotecnológicos, como también los calzados o cualquier otro accesorio de moda⁵²⁸.

⁵²⁷ Información obtenida en el Catálogo La moda imposible. Moda de vanguardia en el Museo del traje 1960- 2010. Ministerio de Educación y Cultura. 2013.

⁵²⁸ Ibidem.

Algunos de estos productos poseen algún tipo de fórmula elaborada con nanopartículas que generan algún tipo de reacción. Estas reacciones pueden ser biológicas adentro del organismo o físicas en el propio tejido. Las tintas por este motivo se hacen de combinaciones que puedan ser usadas para la moda, tanto en la utilización de estampados como en los teñidos, y de esta forma es que se denominan prendas nanotecnológicas o como también suelen decir prendas inteligentes, creadas con diferentes procesos tecnológicos que se diferencian una de las otras: aislamiento térmico, las anti UV, o las superficies que son auto-limpiantes con propiedades anti-microbios, revestimientos anti-reflejo, etcétera.

Otro de los grandes ejemplos es el recubrimiento hidrofóbico que se utiliza en muchas prendas. En 1975 el botánico alemán Wilhelm Barthlott descubrió las propiedades de autolimpieza de las hojas del nenúfar, que bajo el microscopio revelan que poseen una microestructura rugosa compuesta por “dientes” de cristales de cera. La combinación de la cera con esa rugosidad provoca que el agua resbale por la superficie y arrastre la suciedad. Se creó una analogía técnica de dicho proceso que este científico patentó con el nombre “efecto loto”. Recientemente en colaboración con la empresa alemana BASF, Barthlott ha inventado un aerosol de “efecto loto” que se puede aplicar a prendas de vestir y calzado.

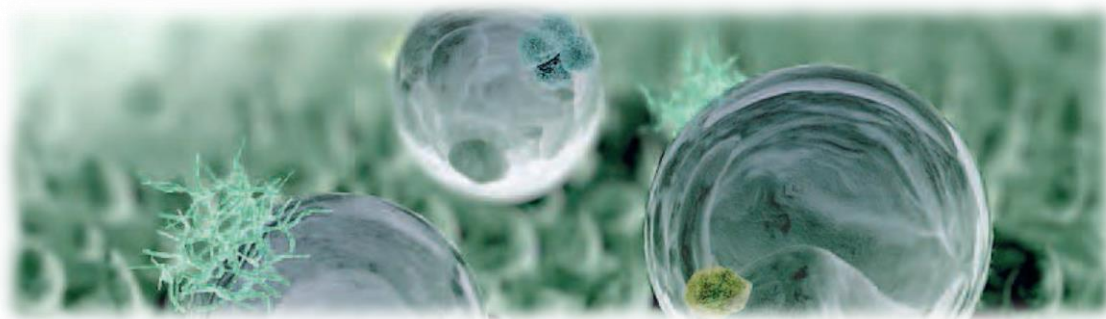


Figura 123. Imitando la naturaleza. William Thielicke.

Por su parte, la compañía suiza Schoeller, productora de una gama de textiles de alta tecnología para prendas de esquí, lanzó no hace mucho una tela autolimpiable que incluye nanosferas. Para lograr un efecto similar, el nano-tex de Burlington incorpora nanotubos de carbono. Estos nanotubos, como otros nanomateriales derivados del carbono, son cada vez más utilizados en la industria aeronáutica y del automóvil, pues pueden ser más resistentes que el acero y más ligeros que el aluminio. Resultan así muy prometedores para aplicaciones textiles especiales que permitan reforzar las prendas.

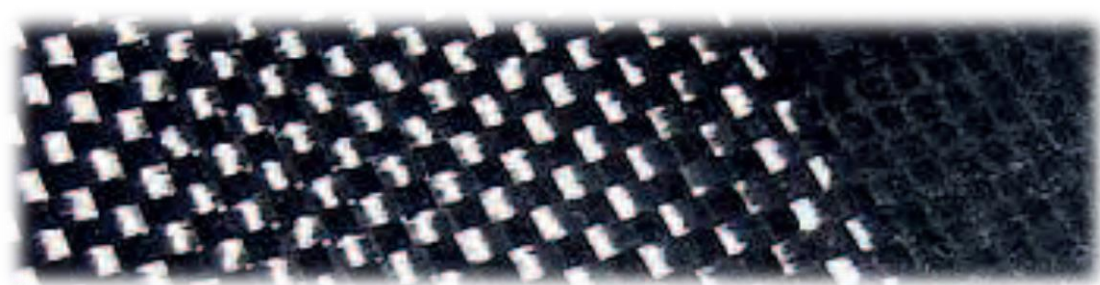


Figura 124. Tejido construido con nanotubos de carbono. Foto: Hadhuey at German.

Por otra parte, en los comienzos del siglo XXI se está realizando un gran esfuerzo para emular las extraordinarias propiedades de la tela de araña, cuyo proceso textil es muy similar al de la seda. Se concibe como fibra natural del futuro, ligera, elástica y resistente, incluso más fuerte que el kevlar (poliamida sintetizada a partir de 1965 y comercializada por la casa Du Pont en 1972). En efecto, el hilo de araña es cinco veces más fuerte que el acero tensionado, elástico como el nylon y también se puede hacer magnético y conductor eléctrico. Se utiliza ya en el interior de chalecos antibalas y en el campo médico se emplea en reparación de nervios, tendones y huesos. Ya existen productos patentados, como la fibra de hilo de araña conocida como Spidrex, desarrollada por Oxford Biomaterials con personal del Departamento de Zoología de la Universidad de Oxford en 2003. Y algunas aplicaciones desarrolladas, como el chaleco antibalas.



Figura 125. Chaleco antibalas con relleno de hilo de araña. Ethan E. Roche, United States Marine Corps.

3.2.1.9.2.2. TEXTILES ELECTRÓNICOS

El Ministerio de Defensa norteamericano y el de otros países desarrollados llevan un tiempo invirtiendo en la investigación de nuevos materiales textiles para proteger a sus soldados. Por ejemplo, se ha fabricado un uniforme con materiales ferros magnéticos que actúa como una armadura líquida tan fina y flexible como una camiseta, que se transforma por impulsos magnéticos en una superficie dura y resistente.

Por otra parte, el desarrollo de fibras con propiedades ópticas y electrónicas hace reales textiles que solo se concebían en la ciencia ficción. Prendas dotadas de iluminación, con sensores de temperatura, presión u otras magnitudes físicas, o incorporando microsistemas químicos, electromecánicos e informáticos que controlen o adviertan del estado de quien las viste. En un futuro muy próximo, las tiendas de ropa venderán prendas autolimpiables, inhibidoras de gases nocivos, protectoras contra alergias y agentes externos, suministradoras de medicación por vía tópica, generadoras de energía calórica de origen solar, rehabilitadoras de lesiones musculares, o con funciones de monitorización de enfermos con conexión a Internet... La ropa contribuirá a mejorar la calidad de vida como no se imaginaba hace pocas décadas.



Figuras 126 y 127. Vestidos interactivos que reaccionan ante la luz y el movimiento.

3.2.1.9.2.3. TEXTILES ECOLÓGICOS

Finalmente, no ignoramos las ventajas de los textiles ecológicos. En lugar de concentrarse exclusivamente en el aspecto de una tela, hay una corriente creciente de diseñadores con un modelo para el desarrollo de telas “ecológicamente inteligentes”, que implica un replanteamiento de los materiales y los procesos empleados en el sistema de producción de telas y en la cadena de suministros.



Figura 128. Vestidos biodegradable para Econovias.

Pigmentos, productos químicos, blanqueadores y catalizadores, así como la idoneidad del propio textil para el reciclado pasaron a ser objeto de un análisis minucioso. Consideraciones sobre las que deben centrar su atención los científicos creadores de los tejidos del futuro.

3.2.2. PROFUNDIZANDO EN LAS UNIDADES SIGNIFICATIVAS QUE AYUDAN A CONSTRUIR LA IMAGEN DE MODA

3.2.2.1. LA ESCENOGRAFÍA EN LA MODA

La escenografía son todos los elementos visuales con los que formamos una escenificación, sean corpóreos como los decorados, los accesorios, los olores, la iluminación o las características que tengan los personajes, su vestimenta, sus maquillajes, conforman los elementos narrativos que servirán para que el público adopte e integre el mensaje que el diseñador quiera transmitir con su colección⁵²⁹.

En la disciplina de la moda, la escenografía entra en juego con las bellas artes; escultura, pintura, danza, escenografía, etc. La escenografía de cada diseñador cobra una gran relevancia a la hora de la presentación, es un teatro que cobra vida, se muestran como coreografías e incluso algunos diseñadores llegan a los límites de performance. La escenografía puede gozar de varias localizaciones pudiendo ser realista, abstracto, sugerente, funcional, etcétera. Los tipos de decorado pueden ser: interior o exterior, artificial o real. La combinación de un amplio número de elementos como maquetas, mobiliario, efectos visuales, efectos climáticos, sonoros y un largo etcétera de medios pueden llegar a ser el escenario perfecto para un desfile de moda.

La escenografía de Chanel es una de las más impresionantes del mundo de la moda, cada temporada nos sorprende con una temática, ha llegado hasta límites de hacer llegar un iceberg al Grand Palais de París o convertir un castillo escocés en ruinas en una pasarela.

⁵²⁹ Información obtenida en la tesis de Adriana Araceli Molina De la Rosa. La escenografía teatral mexicana contemporánea. La expresión de un ámbito polisémico de las Artes. Centro de cultura Casa Lamm. México 2014.



Figura. 129. El desfile de Chanel colección otoño-invierno 2010 durante la Semana de la Moda en Paris, marca otro hito en las presentaciones de moda. Bajo la temática del ártico, la casa de moda francesa montó una impresionante presentación en el Grand Palais.



Figura 130. La localización de la colección otoño-invierno 2013 de Chanel fue como siempre, el Grand Palais. Cabe destacar la escenografía: un teatro clásico en ruinas con imágenes de fondo de una metrópolis futurista.



Figura 131. Colección primavera-verano 2012. Encargo de Chanel a Zaza Hadid, un paisaje blanco, enormes figuras y formas; criaturas marinas y corales.



Figura 132. Desfile de Chanel colección primavera-verano 2014. Museo de Arte Contemporáneo de París.

3.2.2.2. EL DESFILE

El desfile de moda es un medio a través del cual el diseñador puede difundir sus ideas, generar conocimiento de marca, conseguir cobertura en los medios y predisposición del público hacia su firma⁵³⁰. Didier Grumbach, presidente de la *Fédération Française de la Couture*, comenta al respecto: *No existe una norma que obligue a los diseñadores a desfilan en público, pero éstos desean mantener su visibilidad y no hay nada comparable a un desfile para mostrar su arte. Es un modo de difundir sus ideas, es un medio*⁵³¹.

Una vez que el diseñador ha ideado y confeccionado su colección, la prioridad principal es darla a conocer y la pasarela es una forma de comunicación ideal para mostrarla, ya que una de las mejores maneras de poder observar la caída y las proporciones de las prendas es sobre el cuerpo de los modelos en movimiento: *En el trabajo de Yohji Yamamoto, se exploran conceptos como la naturaleza del cambio y la renovación, que se pueden apreciar de manera clara cuando sus prendas fluidas y arquitectónicas se presentan encima de la pasarela en movimiento*”, comenta la periodista Claire Wilcox⁵³².

La prensa y los compradores serán sus principales interlocutores, además de los clientes habituales y amigos de la marca. Los compradores reafirmarán su decisión de compra, efectuada unas semanas antes en el *showroom*, y quizá hagan algún pedido más, mientras que la prensa comentará la colección en periódicos y revistas especializadas, y también se fijará en las prendas susceptibles de ser usadas para hacer las fotos de futuros editoriales de moda. Para ello, solo es preciso un número de personas que luzcan

⁵³⁰ Vilaseca, Estel. Desfiles de moda: diseño, organización y desarrollo. Pág 9.

⁵³¹ Tungate. M. Marketing para hombres. Publicado en Kogan Page .2008. Pág 286.

⁵³² Wilcox. C. Radical fashion. (Victoria and Albert Museum Studies) 2001. Pág 2.

el producto, un lugar donde hacerlo y un público. A partir de aquí, las variedades de formato son múltiples e infinitas.

Un desfile es una herramienta de promoción ideal, pero también muy costosa y que no implica una contrapartida económica directa. Las presentaciones de moda cada vez se están diversificando más, adoptando nuevos formatos y fórmulas⁵³³. Los desfiles de Alta Costura dirigidos a la prensa se realizan exclusivamente en París. Son celebrados tradicionalmente a puerta cerrada y tienen como objetivo: informar de la colección, ser recordado y permanecer en la retina del público, apoyar la decisión de compra, generar expectación y emocionar y seducir a su público. Lo más significativo de este tipo de desfiles es su alto presupuesto. La inversión normalmente se recupera gracias a la gran cobertura mediática que generan este tipo de presentaciones. La promoción conseguida a raíz del desfile no repercute de manera directa en la venta de las prendas que allí se muestran, pero sí de manera indirecta en la de sus productos de perfumería, gafas o bolsos a los que puede acceder el gran público.

Dentro de los desfiles, independientemente de a quién estén dirigidos, se han dibujado varios géneros a lo largo de los últimos años a través de los cuales el diseñador construye su identidad al mismo tiempo que comunica un cierto estilo. Estos géneros han sido definidos Estel Vilaseca en su artículo *Desfiles de moda: diseño, organización y desarrollo*.

La gran repercusión mediática de alguno de ellos los ha convertido en plataformas a través de las cuales algunos diseñadores, además de mostrar su colección, difunden mensajes de carácter ideológico o personal. Elegir un género u otro dependerá en gran medida del tipo de colección que se quiera mostrar. En este sentido la Alta Costura es el

⁵³³Vilaseca, Estel. Desfiles de moda: diseño, organización y desarrollo. Pág 10.

estadio donde los diseñadores se permiten experimentar e indagar entre distintos géneros:

3.2.2.2.1 Desfile Clásico

3.2.2.2.2 Desfile Teatral

3.2.2.2.3 Desfile Conceptual

3.2.2.2.4 Desfile de Celebridades

3.2.2.2.5 Desfile de Audiovisuales

3.2.2.2.1 EL DESFILE CLÁSICO

Donde todo se dispone encima de una pasarela desnuda, las modelos desfilan mostrando con claridad las prendas del diseñador iluminadas de manera concreta y objetiva al ritmo de una música. El único objetivo del diseñador es presentar la colección de manera clara, sin mensajes adicionales que distraigan la atención del comprador⁵³⁴. Dentro de este tipo de género, la novedad viene de elementos tales como la localización y ubicación de la pasarela, el formato de esta misma (que puede ser cuadrada, rectangular, circular o doble), la elección de una iluminación específica y la incorporación de una banda sonora que nos transmita un cierto tipo de emoción que encaje con el tipo de colección que allí se muestra. La presentación se desarrolla dentro de los cánones clásicos: se encienden las luces, la música empieza a sonar y las modelos desfilan una detrás de la otra para detenerse al final de la pasarela, posar para que los fotógrafos capten con precisión los conjuntos, dar media vuelta y desaparecer detrás del telón. Cuando se han mostrado todas las prendas, cesa la música y se apagan los focos. Se enciende de nuevo la luz y todas las modelos aparecen en fila seguidas del diseñador, que sale para saludar y agradecer al público su presencia. Las prendas mostradas encima de la pasarela son prácticamente las mismas que los compradores podrán encontrar en

⁵³⁴ Vilaseca, Estel. Desfiles de moda: diseño, organización y desarrollo. Pág 84.

su showroom. Calvin Klein, Donna Karan o Lacoste son marcas que optan por este tipo de presentación clásica.

3.2.2.2.2. EL DESFILE TEATRAL.

La segunda categoría es la teatral, a mediados de los años noventa los desfiles se vuelven, tanto en París como en Londres, puro espectáculo, en lo que algunos denominaron como *the new performance*⁵³⁵. La puesta en escena se teatraliza con decorados propios de los espectáculos operísticos y la existencia de una cierta narrativa⁵³⁶. La finalidad principal es impresionar y seducir. Los desfiles del diseñador inglés John Galiano son absolutamente teatrales. La seducción que ejerció con ellos desde sus primeras presentaciones le permitió aumentar sus recursos y asentar el género, usando cada vez más técnicas teatrales, tales como reemplazar la iluminación clásica de pasarela por iluminación propia del teatro o coreografiar minuto a minuto cada uno de los pasajes del desfile tres días antes de la presentación, dando directrices claras a las modelos que, con un solo conjunto y sin cambiar de diseño durante todo el acto, además de desfilar, actúan. La existencia de una narrativa con un hilo conductor permite articular y dar sentido al desfile, que se elabora desde la salida a escena de la primera modelo hasta un final cargado de emoción. El principio, nudo y desenlace de toda obra de ficción se reproduce a pequeña escala durante los veinte minutos que puede llegar a durar un desfile⁵³⁷.

El propio Bernard Arnault, director del grupo LVMH, ha reconocido públicamente la Alta Costura como una pieza clave en el éxito de la marca Christian Dior. Por ello, su diseñador, John Galiano, tuvo carta blanca en sus desfiles, los cuales funcionaron como

⁵³⁵ Evans, C. *Fashion at the Edge*. Yale University Press. 2003. Pág.68

⁵³⁶ Vilaseca, Estel. *Desfiles de moda: diseño, organización y desarrollo*. Pág 84.

⁵³⁷ Ibidem

un elemento de comunicación que más que mostrar productos genera un estimulante diálogo entre la prensa y la casa Dior.



Figura 133. Imagen del desfile de Galliano para Dior, año 2005.



Figura 134. Imagen del desfile de Galliano para Dior, año 2007.



Figura 135. Imagen del desfile de Galliano para Dior, año 2008. Homenaje a Gustav Klimt.

La colección primavera-verano 2012 de Louis Vuitton se celebró en el Museo del Louvre. El carrusel "es una metáfora de la moda, se recicla y se recicla", afirmó el diseñador. El carrusel es *París, la primavera en los jardines de las Tullerías, una manera de ser ingenuo, sencillo*, agregó el modisto.

Quise una colección suave, tranquila, tierna, femenina, aérea, explicó Jacobs, que ofreció azules, verdes y rosas discretos, blancos con aroma de jardines primaverales, así como veraniegas flores y lunares, que adornaron vestidos leves, algunos de ellos acompañados con suaves capas, y conjuntos de falda y chaqueta⁵³⁸.

Para su colección de otoño-invierno 2012, Marc no nos presenta una pasarela donde las modelos puedan entrar caminando, concepto desarrollado por él para la casa francesa con anterioridad. En este caso, las modelos llegan montadas en una locomotora que

⁵³⁸ Se puede ver un video sobre el desfile en esta dirección: www.youtube.com/watch?v=5NEgnU5RKRA

avanza en el centro del salón abriéndose paso entre los invitados. La locomotora frena y las modelos bajan de la misma vistiendo una colección con un fuerte subtexto de los años 30 y 40. Un detalle increíble de este desfile: cada modelo cuenta con su propio bellboy que le lleva los accesorios que pertenecen al atuendo que porta⁵³⁹.



Figuras 136 y 137. Imágenes del desfile de la colección primavera-verano de Marc Jacobs para Vuitton año 2012.

⁵³⁹ www.youtube.com/watch?v=COUxD5JLRrw

El último desfile de Marc Jacobs para Louis Vuitton en el año 2013. Presentó su última colección con una puesta en escena que simulaba un cabaret o la pista central del *Circo Price* (Madrid), pero todo negro, las modelos desfilaban con impresionantes las plumas de pavo real. Negro como protagonista indiscutible de la colección, que envuelve en sugerentes gasas a la mujer. Jacobs convirtió la pasarela en un espectáculo circense con las modelos en cueros, en el buen sentido. Con azabaches, gasas y transparencias oscuras, quitando algunos diseños en con pinceladas azul claro “denim”. Los diseños se exhibieron en un espectáculo a la medida de Jacobs, la despedida de Marc no podía ser de otro modo: un carrusel, un gran reloj de una estación de tren, un pasillo de un hotel, una fuente y escaleras mecánicas.



Figura 138. Imagen del último desfile de Marc Jacobs para Vuitton, 2013.



Figura 139. Imagen del último desfile de Marc Jacobs para Vuitton, 2013.

La colección otoño-invierno 2009 de McQueen, estuvo cargada de dramatismo y una puesta en escena con maquillajes y vestidos exagerados, lo que resultó ser una propuesta interesante y atrevida. McQueen acostumbró a su público a incursionar con la estética gótica y oscura, pero más que nada en sus desfiles de Alta Costura que en colecciones *Ready to Wear*.



Figuras 140 y 141. Imágenes del desfile de la colección otoño-invierno de Alexander McQueen, año 2009.



Figura 142. Imagen del desfile de la colección otoño-invierno de Alexander McQueen, año 2009.

Casi al final de la presentación de su colección de primavera-verano del año 1999, las luces bajan y cuando vuelven a iluminar el set, cinco modelos aparecen girando sobre plataformas rotativas, todas se retiran y las luces se vuelven a apagar. Se vuelve al ritmo normal de cualquier desfile, las modelos siguen caminando en la pasarela y vuelven a apagarse las luces, esta vez sí para el gran final. Aparece Shalom Harlow en el medio de la pasarela en una de las plataformas giratorias centrada justo en el medio de dos brazos electrónicos cuyos extremos son pistolas de pintura a presión. Gracias al entrenamiento de bailarina que Shalom recibió en sus años formativos, dio una increíble performance de expresión corporal mientras se accionan las pistolas de pintura que la van rociando a medida que ella gira sobre la plataforma⁵⁴⁰. McQueen homenajeaba así al expresionista Jackson Pollock.

⁵⁴⁰ <https://www.youtube.com/watch?t=16&v=CpvdjsFHd8A>



Figura 143. Shalom Harlow en el desfile de la colección primavera-verano de Alexander McQueen, 1999.



Figura 144. Shalom Harlow en el desfile de la colección primavera-verano de Alexander McQueen, 1999.

3.2.2.2.3. EL DESFILE CONCEPTUAL

El desfile conceptual y su puesta en escena, al igual que el arte conceptual, no se detiene en las formas o en los materiales, sino en las ideas y los conceptos⁵⁴¹. A través de este tipo de desfiles el diseñador presenta, comunica y cuestiona, invitando a los presentes a reflexionar sobre ciertos aspectos o temas⁵⁴². Hussein Chalayan es un diseñador que enfoca sus desfiles con códigos propios del arte conceptual, Claire Wilcox define sus desfiles como “instalaciones de arte”⁵⁴³. Para Chalayan, el concepto es tan importante como lo pueden ser las prendas, y sus presentaciones están cerca de la performance, si no son ellas mismas una performance. Con sus desfiles, el diseñador invita a la gente a pensar a cerca de la religión, el cuerpo o la posición de la mujer en la sociedad y este tipo de reflexiones son vitales para su proceso creativo⁵⁴⁴.

El caso de Hussein Chalayan es también interesante para ver que, si bien el diseñador construye sus piezas y desfiles con un lenguaje cercano al arte, éste no hace arte ni goza de la libertad propia del arte. Una de sus primeras presentaciones, en la que invitaba a reflexionar acerca del significado y sentido del burka, causó gran controversia. El diseñador tuvo que moldear y moderar su discurso para no herir sensibilidades. Lejos de debates ideológicos, Chalayan sigue reflexionando sobre temas universales.



Figura 145. Colección primavera-verano de Chalayan 1999.

⁵⁴¹ Wilcox, C. *Radical fashion*. (Victoria and Albert Museum Studies) 2001. Pág 45.

⁵⁴² Vilaseca, Estel. *Desfiles de moda: diseño, organización y desarrollo*. Pág 77.

⁵⁴³ Artículo publicado el 26 de febrero de 2005 en *The Guardian* por Yess Cartner-Morley (crítica de moda).

⁵⁴⁴ Wilcox, C. *Radical fashion*. (Victoria and Albert Museum Studies) 2001. Pág 19.

Sobre Hussein se han hecho libros, artículos y exposiciones que lo definen como fuerza intelectual y conceptual del sector de la moda actual. Examina la tecnología y nuestra conexión con ella, los sentimientos de desplazamiento y las nociones de espacio y tiempo en la sociedad moderna, ampliando así el discurso y las concepciones tradicionales de la moda.



Figura 146. Colección otoño-invierno de Hussein Chalayan, 2000.



Figura 147. Colección otoño-invierno de Hussein Chalayan, 2000.

En su desfile de otoño-invierno 2000 introdujo a las modelos vestidas con piezas simples en una habitación blanca que contaba con cuatro sillas, una mesa y un televisor. El final del desfile fue tan sorprendente como que las modelos comenzaron a quitar las fundas de los muebles y se vistieron con ellas. Incluso una mesa se convirtió en una falda de madera.

Rei Kawakuwo ha influido en la perspectiva occidental acerca de los complementos y el significado de la ropa, y el concepto japonés de lo que significa ser una mujer en una sociedad en la que mandan los hombres. Asimismo, ha ayudado a fomentar el intelectualismo en la moda.

Los pases de modelos de Comme des Garçons suelen provocar también en clientes y periodistas grandes quebraderos de cabeza, ya que no comprenden del todo la ropa o el mensaje que ésta intenta comunicar. Kawakubo rehúye los focos, y raras veces sale al final del desfile para saludar. Quién espera conocer los secretos de su proceso mental suele recibir respuestas crípticas, sin embargo, todos parecen reconocer que, aunque no comprendan sus colecciones a primera vista, están presenciando algo único que influirá a otros diseñadores.⁵⁴⁵

Kawakubo no deja ningún ámbito sin abordar en sus colecciones. Sus ideas sobre religión estuvieron presentes en la colección otoño-invierno 2005. Para esto, la pasarela se llenó de unas novias de lo menos convencionales. Kawakubo declaró que sus ritos

⁵⁴⁵ Información obtenida en el artículo: Diseñadores conceptualistas I : Elsa Schiaparelli, Rei Kawakubo y Hussein Chalayan. <http://eniaru.wordpress.com/2012/04/01/disenadores-conceptualistas-i-elsa-schiaparelli-rei-kawakubo-y-hussein-chalayan/>

nupciales eran anticonservadores. Las novias avanzaban al compás de la música utilizada en bodas gitanas, judías, mexicanas y caribeñas.



Figura 148. Pieza de la colección otoño-invierno de Rei Kawakubo, 2005.



Figura 149. Muestra de la colección otoño-invierno de Rei Kawakubo, 2006.

La colección otoño-invierno 2006 fue una reflexión sobre la relación personal entre el individuo y la ropa que lleva, la manera en que ésta afecta a la identidad y percepción de uno mismo. La pasarela se transforma en un carnaval veneciano que representa la complejidad de los “disfraces” que construimos para mostrar nuestra personalidad al mundo. La estética masculina del desfile sugería las tensiones entre género femenino y masculino. La diseñadora cuestiona la belleza ideal utilizando la filosofía feminista, como hizo también en otras colecciones como en la aclamada *Lumps and Bumps* (primavera 1997) que mostraba a las modelos con formas exageradas y retorcidas por todo el cuerpo⁵⁴⁶.

Otro diseñador que tiende a romper los esquemas es el malagueño David Delfín, revolucionario de las pasarelas. Desde su presentación en el 2002 donde sus modelos caminaban con las caras tapadas se escucharon muchas críticas que a su vez le hacían conocido entre la gente. Sus escenografías se pueden reconocer perfectamente como performance. En su colección del 2013 titulada, *Diastema* se percibía un ambiente tenebroso donde los modelos aparecían pálidos con tubos de oxígeno conectados a su nariz y en el que el sonido ambiente simulaba las planchas de una reanimación cardiovascular y de un corazón latiendo aceleradamente.

En su primer desfile Delfín fue desacreditado duramente por algunos críticos. Este diseñador aclaró que el tapado de las cabezas en las mujeres era el fruto de su inspiración inspiró del cuadro *Los amantes* de René Magritte, que representa dos figuras cubiertas y pasa por ser una metáfora de la incomunicación humana. Quizá fue ahí, al descubrir su fuente de inspiración, donde Delfín se pasó de vacilón, pues no midió que a su presentación en Cibeles asistían dos clases de críticos adversos a los que les costaría entender el espectáculo: los que desconocen que el surrealista belga concibió un cuadro

⁵⁴⁶ Ibidem.

titulado. *Los amantes* y los que ignoran que hubo un pintor llamado Magritte (1898-1967).



Figura 150. Pieza de la colección *Cour Desmiracles* de David Delfin, año 2002. Figura 151. *Los amantes* de René Magritte (1928).

Martin Margiela es otro diseñador a quien le gustaba romper ideas preconcebidas y que usaba la ropa y sus presentaciones como vehículo para expresarse.



Figura 152. Colección otoño-invierno de Martin Margiela, 2013.

Sus primeros desfiles se diferenciaban de las presentaciones convencionales en cuatro puntos básicos: sus colecciones no eran nuevas cada temporada, sino que muchas veces se trataba de redefiniciones de piezas antiguas, así como de prendas recicladas; muchos de sus modelos no eran profesionales; seleccionaba localizaciones inusuales y rechazaba cualquier tipo de noción de protagonismo, refiriéndose a sí mismo como parte de un equipo, y en sus presentaciones, las expectativas del espectador se rompían sistemáticamente, como cuando mostró la colección en la oscuridad más absoluta, rota solo por los paraguas iluminados que acarreaban sus asistentes ataviados con abrigos blancos.

Es interesante observar que los planteamientos radicales y rompedores de sus inicios han sido adoptados por otros diseñadores, pasando del ámbito de la novedad al ámbito de la normalidad. Diseñadores como las alemanas Bless, el trío estadounidense Three as Four o el belga Bernhard Willhelm son otros nombres a destacar con un planteamiento conceptual tanto en sus colecciones como en sus presentaciones. Aunque diseñadores como Marc Jacobs, habituados a los desfiles más convencionales y con un método de trabajo más bien referencial, sorprendió a todos con un divertido desfile conceptual para presentar su colección primavera-verano 2008. En él Jacobs reflexionó sobre el paso del tiempo y el orden de las cosas con un desfile al planteado en orden inverso: el primero en aparecer fue él y a continuación las modelos. El orden de aparición de las prendas estaba alterado y las prendas mostradas encima de la pasarela jugaban también con esta idea.



Figura 153. Imagen del desfile de la colección primavera-verano de Marc Jacobs para Vuitton, año 2008.

3.2.2.2.4. DESFILES DE CELEBRIDADES.

Los desfiles de celebridades se dirigen al cliente final, el cual, hojeando revistas de sociedad o zapeando en la televisión, oye hablar de Dior, Balmain, Lanvin, Hussein Chalayan e incluso Martin Margiela. Actrices, cantantes, aristócratas y políticos se convierten en unos modelos de excepción que desfilan con suma profesionalidad en cada una de sus apariciones públicas. Poses estudiadas y estilismos cuidados hasta el último detalle para mostrar, ya sea encima de la larga alfombra roja o sorbiendo un té por Sunset Boulevard, las últimas creaciones de los diseñadores. Las imágenes corren como un reguero de pólvora y, en pocas horas, un diseñador desconocido puede estar en boca de todos.

3.2.2.2.5. LOS DESFILES AUDIOVISUALES.

En los últimos años, la pasarela abre una ventana a la cuarta dimensión y el soporte audiovisual ha sido elegido por muchos diseñadores para complementar o vehicular la presentación de una colección. Si bien esta elección representaba hace un tiempo una apuesta arriesgada, actualmente es una alternativa económica, eficiente y aceptada por la prensa⁵⁴⁷.

Los británicos Gareth Pugh y Julian Roberts coquetearon para presentar sus desfiles con el videoarte, fueron pioneros en este formato. Junto a la realizadora Ruth Hoegben, Pugh eligió los visuales frente a las pasarelas. Después volvió a los desfiles de París, pero esta última temporada ha mezclado ambos formatos. Reunió en la pasada semana de la moda de Nueva York a críticos y compradores para presentar tres cortometrajes muy distintos entre sí: *Megalyth*, *Chaos* y *Ascension*. Todos hablaban y mostraban sus diseños a partir de un enfoque distinto. El resultado fue más enriquecedor que el de una pasarela al uso. Pugh lo definió como una presentación inmersiva: *quiero explorar un nuevo lenguaje visual, en el que las imágenes calen en la audiencia y esta entienda de un modo más profundo la historia que quiero contar*, afirmó días antes en el *Wall Street Journal*.

Unos años más tarde, en una decisión sin precedentes en una casa de tal renombre, Stefano Pilati decidió sustituir su desfile masculino de YSL por una presentación en formato audiovisual que corrió a cargo de Colonel Blimp. El vídeo, un formato asociado a los diseñadores más alternativos y que generaba reticencias entre la prensa más convencional, se ha institucionalizado como género y hoy en día es habitual que las firmas recurran a este formato para presentar sus piezas.

⁵⁴⁷ Vilaseca, Estel. Desfiles de moda: diseño, organización y desarrollo. Pág 77.

Otros casos como el promovido por la marca Moncler celebraron su desfile ante los cientos de transeúntes que cruzaban la Grand Central Station neoyorkina se quedaron estupefactos al ver cómo decenas de modelos vestidos con plumíferos de la marca Moncler empezaban a bailar en el hall principal⁵⁴⁸. En un ámbito más privado, Stella McCartney puso a modelos y bailarines del Royal Ballet a hacer acrobacias entre mesas y sillas. Los invitados creyeron que se trataba de una cena formal y el resultado tuvo poco que ver con aquellas expectativas.

⁵⁴⁸ www.youtube.com/watch?v=zt1GCJ9GJ8A

3.2.2.3. LAS MODELOS Y SU ACTITUD

Las modelos que desfilan en las pasarelas de Alta Costura deben tener unas características específicas para cumplir con los requisitos de los diseñadores que se presentan en los eventos de moda más importantes del mundo.

- Estas modelos deben medir como mínimo 1.78, mujeres delgadas y con piernas exageradamente largas.
- Sus cuerpos deben estar tonificados para que proyecten una vida sana o new strong como se les conoce ahora en las grandes agencias mundiales.
- Sus rostros deben ser angulares para que ante la cámara proyecte ángulos preferiblemente de mentón, pómulos, nariz y frente pronunciados.
- Deben caminar perfectamente, tener una postura específica y saber manejar sobre la pasarela todo tipo de vestidos y zapatos.
- Los vestidos deben caer casi rozando su piel por esto algunos diseñadores las prefieren sin ningún tipo de curvas.

En la pasarela cada diseñador es un mundo. Cada uno exige una manera de caminar, una expresión en el rostro, una velocidad y casi una personalidad. Algunos diseñadores ponen pizarras o carteles en el backstage de cómo deben actuar, como es el caso de Roberto Cavalli en la Semana de la Moda de Milán:

*Walk strong but softly. Don't stamp your feet*⁵⁴⁹

⁵⁴⁹ Camina fuerte pero suavemente. No estampes tus pies.

Las modelos de Alta Costura son figuras increíblemente altas que adornan las pasarelas y las editoriales de las principales casas de moda y diseñadores. Pero además de ser la percha que presentará la creación del diseñador, puede portar muchos más significados en cuanto a su actitud (puede ser cercana, distante, rebelde, etcétera), su acting (interpretado, natural, espontáneo, estilizado), su dirección (estática o dinámica), su pose (rígida, suave, etcétera), o su mirada, se convierten en elementos narrativos que tienen también su significado.

3.2.2.4. EL MAQUILLAJE

El maquillaje suele compararse muchas veces con una máscara, sin tener en cuenta que su finalidad es ante todo resaltar los puntos positivos del rostro y disimular los desfavorables⁵⁵⁰. Examina detenidamente el rostro, analizando cuales son los puntos que deseas destacar y cuales minimizar. Para ello escoge un lugar bien iluminado, evitando la luz blanca, ya que resta tonalidades a la cara. Ve las facciones, analiza la textura de tu cutis y descubre cómo sacarle partido al rostro con los cosméticos adecuados. Lo fundamental para realizar un buen maquillaje es poner la técnica y los conocimientos de la estética al servicio de cada rostro, de forma que parezca que el maquillaje ha sido creado exclusivamente para él. Para los diseñadores, el maquillaje es una especie de arte privado, un elemento narrativo más en su composición, el lugar mágico donde puede suceder la transformación y abrirse la puerta de una nueva vida.

TABLA 3.8. TIPOS DE MAQUILLAJE

Hemos realizado esta tabla de clasificación de maquillajes, seleccionando algunos de los tipos de maquillaje que la estilista Carla Llanos propone en su web⁵⁵¹.

MAQUILLAJE FX	Tipo de maquillaje de efectos especiales de caracterización, usado generalmente en obras dramatizadas. Alexander McQueen utiliza mucho este recurso en sus desfiles, acompañando al concepto y seduciendo al público a través de una serie de elementos visuales que terminan construyendo la ya pensada imagen de moda.
MAQUILLAJE DE DÍA	Este maquillaje es para cualquier ocasión del día y para ello es recomendable utilizar tonos suaves, que aporte al rostro un tono natural y sencillo. Este concepto se acerca a una piel limpia, tratada y sana. El diseñador Elib Saab, suele utilizar en sus desfiles este tipo de maquillaje.
MAQUILLAJE DE NOCHE	En la noche toda la luz es más baja por lo tanto se debe aplicar tonos fuertes en el maquillaje, lo ideal sería mezclar los tonos cálidos y fríos siempre combinando con los tonos auxiliares. Se tiene en cuenta el tono de la piel y también el vestido y los complementos a utilizar.

⁵⁵⁰ Información obtenida en el blog:

<http://www.vivetechno.net/mlvivetechno/bonos/bonusmaquillaje/maquillaje%20profesional.pdf>

⁵⁵¹ <http://www.carlallanos.com/articulos/tipos-maquillaje.html>

MAQUILLAJE DE PASARELA	Este maquillaje es utilizado en pasarela. Se debe tener en cuenta el papel que van a desempeñar las modelos y el mensaje que el diseñador quiere comunicar. Véase Chanel.
MAQUILLAJE DE TEATRO	Este tipo de maquillaje debe ser exagerado, uno de los motivos suele ser la cercanía del público, y, para ello debe ser llamativo en el caso de que se quiera resaltar cualquier efecto o rasgo del personaje. Es importante tener en cuenta el juego de luces ya que puede afectar directamente a la visión del espectador.
MAQUILLAJE DE FANTASÍA, ARTÍSTICO	Este maquillaje tiene bastante color, puede combinarse con otros abalorios para crear así el efecto deseado. El creador puede encontrar en este tipo de maquillaje la libertad de creación y no poner barreras a su imaginación. Véase en la imagen posterior el utilizado por Jacquemus.

Nos ha llamado mucho la atención de cómo el diseñador hindú Manish Arora hace uso de este recurso en sus colecciones. Además de sus creaciones consideradas en el mundo de la Alta Costura como arte, Manish Arora integra una fantasía en sus maquillajes, que no hacen más que potenciar aún más el valor artístico de las piezas.



Figura 154. Imagen detallada del maquillaje de una de las piezas de la colección otoño-invierno de Manish Arora, 2012.

Simon Jacquemus realizó para su colección otoño-invierno 2015 un homenaje en su pasarela a Picasso, utilizando un maquillaje artístico que emulaba las famosas caras del pintor.



Figura 155. Modelos del desfile de Jacquemus colección otoño-invierno 2015.

3.2.2.5. LA MÚSICA EN LOS DESFILES

La música es un elemento que dinamiza, acompaña a la colección y se convierte en elemento esencial que influye en la cobertura y en el receptor del mensaje. Los diseñadores cuentan con ello y no permiten dejar este elemento a la improvisación. La música aporta versatilidad a la imagen de moda porque no es un trabajo monótono, sino todo lo contrario, diversifica los estilos. Por ejemplo, puedes pasar de poner rock electrónico a una pieza de Stravinsky, como es el caso del último desfile de Carolina Herrera, o dance para bailar en el de Custo.

El desfile de primavera-verano de Alta Costura del 2014 de Valentino supuso la unión entre música, arte y diseño. Las creaciones de *Maison* Valentino representan un universo mitológico que se fusiona con la “simplicidad mediterránea”. De hecho, en una de las frases más célebres del diseñador se puede resumir la esencia de la firma italiana: *Desde el instante en que me despierto me concentro en un solo idea: comunicar la belleza y la perfección*. Y es que el arte y la moda nunca habían estado tan unidos como en este desfile, donde los diseños no sólo marcan las tendencias, sino que son una evocación a las obras de arte de Rousseau, el siglo XVI y el *art déco*⁵⁵².

Grandes óperas de la historia también fueron los motivos inspiradores de los diseños de algunas de las piezas que construían esta colección como el modelo largo de tul bordado con la partitura de la Traviata de Giuseppe Verdi que presentamos a continuación:

⁵⁵² Referencia a la información publicada en el Blog.

[Http://comunicacionygestiondemoda.com/atelier/arte-musica-y-diseno-protagonistas-de-la-alta-costura-de-valentino/](http://comunicacionygestiondemoda.com/atelier/arte-musica-y-diseno-protagonistas-de-la-alta-costura-de-valentino/) 19 de mayo del 2014.



Figura 156. Pieza de la colección primavera-verano de Valentino, 2014. Vestido largo de tul bordado con la partitura de la Traviatta de Giuseppe Verdi.

Valentino no solamente representó parte de la historia en sus modelos, sino que llegó a integrar obras, como la conocida de Lion Hunter del pintor Henri Rousseau representando diferentes elementos de la naturaleza. *Cuando me introduzco en los invernaderos de cristal y veo las extrañas plantas de tierras exóticas, tengo la sensación de entrar en un sueño*, comentaba el célebre pintor⁵⁵³.

⁵⁵³ Ibidem

Dentro de esta colección, destaca también el vestido que rinde tributo a la obra de Lucas Cranach, *El jardín del Edén*, con un vestido de tul color circonio bordado en hilos de seda que seguía la línea de naturaleza humana y mitológica, y con 2.200 horas de trabajo para su elaboración⁵⁵⁴. Este es uno de los motivos por los que la *Maison* Valentino ha traspasado los límites de lo convencional y ha entrado en un mundo de fantasía, imaginación y sueños a través de la moda.



Figura 157. Pieza de la colección primavera-verano de Valentino, 2014. Vestido inspirado en el cuadro *El jardín del Edén* de Lucas Granach (1623).

Naturaleza y amor también se aprecian en uno de los diseños de esta colección, en concreto, en un vestido de organza y gazar bordado hilo de oro viejo, inspirado en la

⁵⁵⁴ Información obtenida del blog al que hacemos referencia en la cita anterior.

ópera de *Romeo y Julieta* de Chales Gounod de 1867, con 3.000 metros de tejidos de plata, oro y seda. La tragedia de Shakespeare que se desarrolla a finales del siglo XV es transportada a un estilo sereno y elegante y a un tipo de mujer pasional que quiere representar la *Maison* Valentino⁵⁵⁵.

También son otros las piezas que evocan a las figuras femeninas de la antigua Grecia, como es el caso del vestido *Semíramide en Babilonia*, inspirado en la ópera del siglo XIX de Gioachino Rossini, que a su vez, representa la figura femenina de Semíramis, reina de la antigua Asiria que se caracterizaba por su fortaleza al reinar y su entrega al pueblo de Babilonia. Lo característico de este vestido según el artículo citado es que está completamente bordada a mano con 2.500 metros de cordones e hilos de metal y 4.000 cristales que representan la riqueza del vestido y al mismo tiempo, la fortaleza de una armadura mediante el tejido de metal que construyen el diseño. Esto una vez más nos muestra la gran labor que hay tras una pieza de Alta Costura.



Figura 158. Pieza de la colección primavera-verano de Valentino, 2014. Vestido inspirado en la ópera de Romini.

⁵⁵⁵ Ibidem

3.3. DISEÑADOR DE MODA

Según Cristina López⁵⁵⁶, el arte de generar una prenda con el amor, el tiempo y el trabajo que se dedica en la perfección del realizar un diseño a medida, que un diseñador en su taller despliega a la hora de modelar, cortar, coser, confeccionar y terminar un traje, es la propuesta que este espacio desea brindar para rescatar sustancialmente la esencia del oficio.

Antes de proyectar el diseño para llevarlo a pieza real (vestido) el diseñador, ha de visualizar la pieza, sentirla para poder realizarla utilizando diversas herramientas, haciendo de su idea abstracta, una idea real, liberándola con su trabajo artesanal y transformando la pieza en un objeto delicado y funcional.

El diseño y su elaboración requieren de conocimientos multidisciplinarios. Quienes valoran el arte del vestir saben que es prioritario educar al consumidor para que pueda identificar y apreciar la buena calidad y hechura de la pieza.

Contribuir a la agudeza de los sentidos despertando en el observador el poder de distinguir lo bello de lo común, y el trabajo manual del de confección a través del tacto, haciendo uso de materiales nobles y permitiendo esto hacer comparaciones. En el acto de mirar mirando, cuando se es inducido a ver con detenimiento los detalles, permite detectar las distintas terminaciones que la sastrería propone en una prenda a la medida⁵⁵⁷.

Por estos motivos como se explica en el artículo citado, el diseñador, debe estar atento a estos conceptos al momento de efectuar una línea e imponer nuevos estilos para realzar la elegancia y prestancia de quien luce una prenda ya sea ésta a medida, o bien una línea

⁵⁵⁶ López, Cristina. Moda, Diseño, Técnica y Arte reunidos en el concepto del buen vestir. La esencia del oficio y el lenguaje de las formas estéticas del arte sartoria. Cuadernos del Centro de Estudio de Diseño y Comunicación. Vol. 42. Septiembre 2012.

⁵⁵⁷ Información extraída del artículo. *Refiriéndonos puntualmente a la estética sartorial*. Publicado 11/15.

de moda de confección fina y de marca. Una de sus tareas es identificar el material con el que trabaja, buscando las mejores telas y empezar a pensar no sólo en el diseño externo de la prenda sino en las comodidades y funciones que una pieza textil debe brindar al usuario/cliente, utilizando para su confección los herramientas adecuadas. Se hace necesario que el diseñador/a pueda conocer en detalle cómo se trabaja en un taller a medida comparado con la confección, y visualizar el trabajo manual que se realiza entorno una prenda sartorial.

Un elemento clave a la hora de pensar en una colección es conocer de cerca a tu público objetivo, ya que debe adaptarse a sus necesidades y gustos, así como su cuerpo. Tener en cuenta la filosofía y el tipo de vida de este público, incluso llegando a asumir el tipo de materiales que seleccionas para dicho target, así como las herramientas y maquinarias que son invertidas en la confección.

Un diseñador pues, es un artista que crea y reproduce moda, esta opinión es compartida por muchos diseñadores y críticos de moda. Es capaz de trabajar sobre distinto tipo de prendas o focalizarse en forma específica según su especialidad, generando todo clase de diseño, gracias a su preparación profesional tanto en la parte técnica como teórica del método de corte, sumado a sus habilidades comerciales y su capacidad de venta, las relaciones públicas que debe sostener con sus proveedores y personal a cargo como el trato con el cliente de forma personalizada⁵⁵⁸. Su habilidad para coser (con la aguja y el dedal, artesanalmente como a máquina), le permite realizar la línea de una prenda que lo distingue en estilo e interpretación de la moda, atendiendo a la calidad en los detalles y las terminaciones, que son un punto fundamental en su trabajo como profesional y en muchos casos llegan a definir una colección. Tanto la multiplicidad como la

⁵⁵⁸ Información extraída de Cuadernos del centro de estudio del Diseño y Comunicación. *Perspectivas sobre Moda, tendencias, comunicación, consumo, diseño, arte, ciencia y tecnología*. Septiembre 2012. Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

universalidad del diseño hacen que de cada una de ellas, el diseñador de moda pueda nutrirse para el desarrollo⁵⁵⁹.

Como individuo creativo, de apetito voraz por los acontecimientos culturales y sociales, los diseñadores a menudo se fían de un “sexto sentido” que les permite conectar con lo que la gente desea ponerse en las próximas temporadas. Están extremadamente en sintonía con los cambios históricos, culturales, sociales, políticos y económicos del mundo, y saben analizar la cultura pop como lo haría un antropólogo⁵⁶⁰.

Mis inspiraciones para una colección, dependerán de las cosas que me están sucediendo o una película que he visto y me ha llegado al corazón, o un libro que me ha apasionado...

Ana Locking.

Esta constante exposición y capacidad de síntesis les permite predecir de manera consciente y subconsciente qué colores se llevarán, qué tipo de silueta prevalecerá, cómo serán las ventas, lo que la gente querrá de la moda y qué tipo de tendencias desarrollarán los consumidores. Los diseñadores de éxito siempre tienen en cuenta a su público, adaptando su enfoque para así mantener el ritmo de las tendencias y del clima cultural.

⁵⁵⁹ Ibidem.

⁵⁶⁰ Información obtenida en Blog. <http://montajedecoleccion.blogspot.com.es/> Fecha: 6 de febrero de 2015.

3.3.1. ¿QUÉ HACEN LOS DISEÑADORES DE MODA?

La moda, expresa el espíritu del tiempo y refleja su paso reflejando a la sociedad. El diseño de moda es un trabajo dedicado a la tarea de la creación de la prenda, que se convierte en una prenda deseada, especialmente cuando hablamos de Alta Costura, ya que se trata de una pieza realizada a medida, única y exclusiva que el cliente adquiere. Este público busca calidad, diseño, diferenciación y originalidad marcando al mismo tiempo un status social. La realidad de la moda es mutable, pudiendo ser modificada, reestructurada, para llegar a convertirse en algo nuevo y diferente.

Para la realización del diseño, de la pieza, hay que tener en cuenta la anatomía del usuario, los movimientos, y, las proporciones del cuerpo en sí. Las creaciones de moda requieren de una serie de pasos. En primer lugar el diseñador plasma su idea inicial en un dibujo, un boceto, a veces si el diseñador no se ve capaz de trasladar esta idea con sus propias manos, así que colabora con profesionales para ello. Así pues no podemos olvidar como la diseñadora Madeleine Vionnet, al sentirse incapaz de proyectar sus ideas sobre papel, recurrió a la colaboración del artista futurista Ernesto Michahelles, más conocido como Thayalt.

Una vez que esta idea es plasmada a papel, se ha de intentar pasar a patrón, marcándola sobre la tela para más tarde cortarla y poderla proyectar para configurar su volumen. Así pues pasamos de una bidimensionalidad (tela) a una tridimensionalidad, como es nuestro cuerpo. Entre sus muchas características, el tejido, como elemento sensual y visual del diseño constituye un elemento interesantísimo, la paleta de color que definirá su tarea, conjunto con las distintas técnicas de costura y elaboraciones hacen que estos elementos resulten como un sinfín de recursos combinaciones que se presentan y posibilitan diversas alternativas. Según Patricia Pardo, autora de *La Moda. Arte e influencia artística* estas características que se han destacado en el diseño se pueden

relacionar y evocan ya a distintas disciplinas de las bellas artes presentando las siguientes comparativas que nos ayudarán a realizar las relaciones intertextuales entre ambas.

TABLA 3.9.COMPARATIVA DE LAS ETAPAS DEL PROCESO DEL DISEÑO Y LAS BELLAS ARTES

Patricia Pardo compara en su investigación cada uno de los elementos del diseño con características de grandes disciplinas artísticas como las enumeradas en la tabla que presentamos a continuación.

PROCESO DEL DISEÑO DE MODA		DISCIPLINAS ARTÍSTICAS
Planos	→	Arquitectura
Moldería	→	Escultura
Cartas textiles, paletas de color	→	Pintura

El artista es el creador de su obra y al mismo tiempo que la interpreta. Se podría decir que el diseñador es un profesional multidisciplinar, ya que en su labor se dan cita varios procesos constructivos que tienden a combinar lo estético, trabajando con las formas, las proporciones, las líneas, generando así una entrada al campo artístico, generando así perspectivas con una amplia visión...



Figura 159. Bocetos de Alexander McQueen de la colección otoño-invierno 2009.

A lo largo de los siglos, el concepto de belleza ha dominado el arte y la estética⁵⁶¹. Sócrates, afirmaba que puede que la belleza consistiera en que el elemento cumpliera su objetivo final, entonces alcanzaría la perfección. Al estudiar el significado de bellas artes se encuentra la siguiente definición:

*Conjunto de las que tienen por objeto expresar la belleza, y especialmente la pintura, la escultura y la música*⁵⁶²

Es extraño encontrar alguna definición lejana a la que nos aporta la Real Academia de la Lengua, Patricia Pardo en su investigación, afirma, que tras un estudio sobre las bellas artes se encuentra en ésta, una clasificación más amplia; las clásicas: música, pintura, escultura, arquitectura, literatura y danza, su número va en orden alfabético, las tres modernas son el cine, la radio y el comic, aunque la radio se le anuló el título de arte después de que Hitler la usara como medio de propaganda política y el título quedó vacante⁵⁶³.

Esta autora afirma que el diseño de moda es un movimiento artístico con una clara búsqueda de la belleza estética, así pues posee características de todas las artes anteriormente nombradas.

La Real Academia también define arquitectura como el arte de construir edificios. Como técnico el arquitecto tiene unas tareas y como artista busca una armonía estética entre sus miembros. Entendemos que la belleza de la arquitectura reside en sus

⁵⁶¹ Pardo Navarro, Bárbara. *La Moda. Arte e influencia artística*. Universidad Politécnica de Valencia. 2008.

⁵⁶² Real Academia de la Lengua

⁵⁶³ Pardo Navarro, Bárbara. *La Moda. Arte e influencia artística*. Universidad Politécnica de Valencia. 2008.

proporciones, volúmenes y estructura. También se cita en la Moda. Arte e influencia que los juegos de sombras, relieves y huecos son importantes en esta búsqueda de la armonía estética.

Proyectamos nuestra mirada en la escultura y adoptamos la definición que aporta la Real Academia de la Lengua como el arte de modelar, tallar o esculpir en barro, piedra, madera, etc. Podemos también modelar la tela, y, es justamente esta tarea la llevada a cabo por el diseñador, creando relieves, formas, volúmenes y creando espacios.

*(...) es casi como un edificio, cuando elegimos un material u otro, cómo puede funcionar ese edificio. No solo funcionalmente sino estéticamente*⁵⁶⁴.

Modesto y Lomba

*Un buen modisto debe ser: arquitecto para los patrones, escultor para la forma, pintor para los dibujos, músico para la armonía y filósofo para la medida*⁵⁶⁵.

Cristóbal Balenciaga

⁵⁶⁴ Frase citada en Moda. Arte e influencia artística de Patricia Pardo. Pág. 19.

⁵⁶⁵ Frase citada por el modisto, recogida en una de sus exposiciones llevada a cabo en el Museo Balenciaga de Getaria.

3.3.1.1. MODA & ARQUITECTURA

Le Corbusier definió a la Arquitectura en -Vers une Architecture-, 1923:

*La Arquitectura es el juego sabio, correcto, magnífico de los volúmenes bajo la luz. Su significado y su tarea no es sólo reflejar la construcción y absorber una función, si por función se entiende la de la utilidad pura y simple, la del confort y la elegancia práctica*⁵⁶⁶.

Los medios de la arquitectura pueden consistir en muros, columnas, forjados, techos y demás elementos constructivos, su fin es crear espacios con sentido donde los seres humanos puedan desarrollar todo tipo de actividades. Es en este -tener sentido- en que puede distinguirse la Arquitectura como arte. Así es como ésta es capaz de condicionar el comportamiento del hombre en el espacio, tanto física como emocionalmente⁵⁶⁷. En la arquitectura podemos observar la construcción desde varios puntos de vista, al contrario que en la pintura que únicamente se puede observar de forma frontal. Como técnico, el arquitecto da a los miembros constructivos unas formas y dimensiones adecuadas a la resistencia y mayor duración de la edificación, pero como artista jugará con los números buscando la armonía estética⁵⁶⁸.

Desde la arquitectura existen distintos caracteres de construcción como puede ser religiosa, conmemorativa, civil, militar, urbana, etcétera. El trabajo del arquitecto surge de la proporción, que debe estar justificada, y es preciso que responda a un criterio y unicidad en cuanto a su estilo, ya que de lo contrario surgirán sensaciones de desproporción, de la masa de un monumento arquitectónico que se expresa por la distribución de macizos (o muro) y vanos (o hueco), que marcan la mayor o menor pesadez de un edificio. Dentro de la masa se distinguen fuerzas de sostén y fuerzas de

⁵⁶⁶ Información obtenida de http://noticias.arq.com.mx/Detalles/9949.html#.VpTbg_nhDIV

⁵⁶⁷ Rodríguez Viqueira. *Introducción a la Arquitectura en México*. Limusa. Pág 13.

⁵⁶⁸ Ibidem

carga, la tarea del arquitecto es ir ahuecando los muros hasta encontrar una distribución armónica de macizo y vano, la elección de la planta o la estructura interna y la selección de materiales (madera, piedra, mármol, etc.), así como la de los elementos decorativos serán decisiones importantes que el arquitecto tendrá en cuenta a la hora de elaborar su diseño⁵⁶⁹.

Al igual que el arquitecto, el diseñador proyecta en plano y construye su obra gracias a ciertos elementos y materiales.

Ambas moda y arquitectura, obedecen a gustos de época y ese gusto incluye la importancia que le damos a estar a la moda o vivir en un lugar que nos haga sentir a tono con nuestro tiempo y en nuestro nivel de dignidad⁵⁷⁰.

Porque si algo podemos decir de la moda y de la arquitectura es que cumplen dos propósitos: *distinguirnos unos de los otros y dar una idea más clara de quiénes somos*, destaca Lilliana Ramos Collado⁵⁷¹, Catedrática de la Escuela de Arquitectura de la Universidad de Puerto Rico.

De igual manera que en las diferentes disciplinas en las que se elaboran objetos tridimensionales, en el diseño de indumentaria, es necesario el uso de planos de construcción, para ir proyectándolas⁵⁷². Al igual que la evolución del diseño la elaboración de las prendas también se han transformado y gracias a la tradición de la

⁵⁶⁹ Blog Isabel Wartela. <http://arteinternacional.blogspot.com.es/2009/04/como-analizar-una-obra-dearquitectura.html>

⁵⁷⁰ Liliana Ramos Collado en el artículo publicado el 10 de noviembre de 2012 en el diario *El nuevo día*. *De la arquitectura a la moda y viceversa*.

⁵⁷¹ Artículo publicado el 10 de noviembre de 2012 en el diario *El nuevo día*. *De la arquitectura a la moda y viceversa*.

⁵⁷² Piravique Ruiz, *La nueva arquitectura del diseño*. Universidad de Palermo, Buenos Aires. Argentina.

sastrería, hoy es común encontrar el uso de moldes para la elaboración de las prendas. Estos son como planos arquitectónicos que, a través de medidas corporales y trazos obtienen las formas de la prenda para luego plasmarlas en las telas, pasar al corte, confección y acabados para terminar con el proceso de elaboración. Tal como lo explica Andrea Saltzman en su libro *El cuerpo diseñado*⁵⁷³:

La moldería es un proceso de abstracción que implica traducir las formas del cuerpo vestido a los términos de la lámina textil. Esta instancia requiere poner en relación un esquema tridimensional, como el del cuerpo, con uno bidimensional, como el de la tela.

Este proceso, adquiere su importancia siendo el paso necesario para llegar a la construcción apropiada del vestido, trabajando de forma geométrica y matemática sobre unas medidas estándares que son tomadas en los cuerpos humanos y sobre las formas que determinan la topografía corporal, para así facilitar la transformación del textil en un objeto tridimensional, como es el vestido; mediante el ensamble de las piezas y el esculpido de la forma a través de recursos como pinzas, pliegues, alforzas, frunces o herramientas externas que puedan seguir los recorridos corporales y darles soporte⁵⁷⁴.

En el artículo publicado en el especial SModa en El País⁵⁷⁵ se comenta que conceptos como efímero, perdurable, temporal, atemporal, estático, móvil o adaptable se usan en el lenguaje arquitectónico del siglo XXI del mismo modo que aparecen como términos en el diccionario histórico de la moda. En el XVIII, la celosía de una catedral se veía

⁵⁷³ Saltman, Andrea. (2004). *El cuerpo rediseñado*. Pág.85

⁵⁷⁴ Piravique Ruiz, *La nueva arquitectura del diseño*. Universidad de Palermo, Buenos Aires. Argentina.

⁵⁷⁵ *Cuando la Moda y la Arquitectura comparten el mismo escenario*. Artículo publicado en El País. SMODA. 23 de octubre 2012.

reflejada en un estampado. Hoy, la transparencia de un tejido se aprecia, entre otros, en los edificios de Aoki Jun para Louis Vuitton o en la White Chapel de Osaka.

La moda ha sabido reflejar la abstracción “que desliga al hombre de lo natural y primitivo”, según preconizaba Mondrian. Al hilo del deconstructivismo arquitectónico llegó Comme des Garçons y abrió la moda a ideas más conceptuales. También Hussein Chalayan -con sus modelos con LED, con control remoto o prendas que se transmutan en pantallas de proyección- o Viktor & Rolf -con su juego de escalas- apelan a esta analogía. A lo largo de los siglos, moda y arquitectura han compartido un escenario estético que discurre en paralelo y que se aproxima cada vez más⁵⁷⁶.

En este capítulo nos centramos en hacer una comparativa visual entre la arquitectura y la moda, son muchos los diseñadores que han tenido en cuenta o se han inspirado en importantes obras arquitectónicas para proceder con la creación de una pieza.

⁵⁷⁶ Ibidem.

3.3.1.1.1. CRISTÓBAL BALENCIAGA

Él cambió todo el concepto del espacio en la arquitectura del vestir e instauró volúmenes que aún hoy son sinónimo de vanguardia y modernidad⁵⁷⁷. Sus prendas están confeccionadas con unas líneas de inspiración arquitectónicas que se adelantaron a su época. Corresponden más bien a los monumentales *Guggenheims* actuales. Su precisión, manejo de la técnica y perfeccionismo le reportaron grandes halagos por parte de contemporáneos suyos como Christian Dior que lo denominaba “el maestro de todos nosotros”, Hubert de Givenchy que se refería a él como “el arquitecto de la Alta Costura” o Coco Chanel, a la que le unía una profunda admiración mutua, que lo calificaba de auténtico *couturier*.⁵⁷⁸ Balenciaga tenía una gran obsesión por la belleza, el equilibrio y la perfección, lo que se tradujo en una incansable búsqueda de tejidos e innovaciones técnicas de corte y patronaje. Su gran capacidad creativa le permitía elaborar, a partir de un simple trozo de tela, un vestido de belleza extraordinaria. Lo primero era encontrar la materia, la tela, y una vez elegida, trabajaba los patrones con una perfección geométrica utilizando regla y escuadra como un auténtico arquitecto.

⁵⁷⁷ García Bragado, David. *Balenciaga; El caballero de Alta Costura femenina*. Publicado en <http://vestirseporlospies.es/balenciaga-el-caballero-de-la-alta-costura-femenina/>

⁵⁷⁸ Modapedia. Revista Vogue. Cristóbal Balenciaga. <http://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/cristobal-balenciaga/172>



Figura 160. Haus Der Kulturen, centro nacional de arte contemporáneo, Berlin, 1957. Vestido de Balenciaga 1965.



Figura 161. Frank Lloyd Wriht 1959. Tocado de Balenciaga, 1962.

3.3.1.1.2. REI KAWAKUBO

La deconstrucción es clave dentro de la relación moderna de moda-arquitectura ya que logra incorporar elementos antes pensados como imposibles o no adecuados, los primeros en hacerlo en el mundo de la moda fueron los japoneses Yohi Yamamoto y Rei Kawakubo de Comme des Garçons que presentaron sus colecciones en el *Fashion Week* de París en 1981, sus propuestas se enfrentaban a la tradicional silueta occidental imponiendo prendas oversized, asimétricas, con hoyos y terminaciones a medio hacer intencionales⁵⁷⁹. El deconstructivismo arquitectónico se caracteriza por usar una geometría no tradicional, diseños no lineales en sus creaciones, no usar los planos horizontales y verticales, descomponer las estructuras clásicas y como muchos lo han dicho lograr un caos organizado, se caracteriza por romper con las estructuras de edificios manipulando la morfología y los volúmenes logrando nuevas apariencias, por lo que nunca se puede predecir qué resultados van a ser obtenidos a través de la experimentación⁵⁸⁰.

Según Andrea Melissa Piravique autora de *La nueva arquitectura en el diseño*, la arquitectura deconstructivista tiene su inicio a finales de los ochentas y es abordada desde la práctica y desde la teoría. Esta relación se construye logrando que cada cambio en la estructura con las formas estuviera totalmente estudiada dentro de unas bases teóricas fundamentadas, por lo que se podría hablar de una arquitectura intelectual, teniendo más valor el conocimiento previo de este tipo de arquitectura que la búsqueda de la belleza en sí. Esto tuvo como resultado el establecimiento de una teoría arquitectónica que no dependía de movimientos literarios o filosóficos, que se establecería a través de una previa experimentación y unas fuertes investigaciones y

⁵⁷⁹ Información extraída del blog: Envoltentes Moda y Arquitectura. Estrategia y Diseño de espacios para la Moda. [Http:// envoltentesma.wordpress.com/tag/fashion/](http://envoltentesma.wordpress.com/tag/fashion/)

⁵⁸⁰ Definición de arquitectura deconstructivista citado por Andrea Melissa Piravique Ruiz en *La nueva arquitectura del diseño*. Universidad de Palermo, Buenos Aires. Argentina. Pág 33.

estudios realizados por el arquitecto norteamericano Peter Eisenman en busca de una disciplina más independiente y pura, tal como lo explica Mariano Gómez Luque en su libro *12 Arquitectos contemporáneos*:

*Se ha indagando en la autogeneración de la forma en busca de una inmanencia genuinamente arquitectónica, en la redefinición de los procesos de proyecto, en los enlaces conceptuales con las corrientes filosóficas de turno o rescatando a la arquitectura de la contaminación de la práctica profesional*⁵⁸¹.

La derivación de esta corriente arquitectónica al diseño de indumentaria puede ser ejemplificada con el trabajo de la diseñadora japonesa Rei Kawakubo. Al mando de su propia marca Comme des Garçons, ha quebrado los estándares de la moda occidental al presentar prendas monocromáticas, con un aspecto desgastado, sin detalles ni abalorios, creando un nuevo look que fue conocido como *ragged* o harapiento.

Kawakubo diseña ropa con un *modus operandi* más vinculado al arte conceptual que con la moda. Insatisfecha con las ideas preconcebidas de la moda imperante en los años 80, la diseñadora rompe los esquemas desde el impulso de una nueva apariencia del cuerpo vestido a la moda y los parámetros de construcción de prendas comunes a la industria de confección. Oponiéndose a la moda preponderante de la época, Kawakubo se caracterizó por el uso de la asimetría, yuxtaposiciones aparentemente inconclusas, con formas irregulares que generaban una silueta indefinida, multiforme. Kawakubo explora el interior de las prendas y lo expone, fragmenta las tipologías y las reconstruye.

⁵⁸¹ Gómez Luque, Mariano. (2011). *12 arquitectos contemporáneos*. Buenos Aires. Universidad Blas Pascal, Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina.

La moda del siglo XX reveló el cuerpo, sin embargo la construcción de la prendas parecía conformarse a copiar la topología del mismo; Kawakubo busca separar a las prendas del cuerpo, buscando crear nuevas formas. En su última colección *Ready to Wear* de la temporada primavera/verano 2014 ella afirmó no haber creado ropa, sino objetos que son portados por cuerpos, cuestionando el significado de lo que es ropa o lo que es moda⁵⁸².



Figura 162. Diseño de Yohji Yamamoto Inspirado en el Walt Disney Concert Hall de Frank Gehry.

⁵⁸² Gonzales Pino, Diego. *Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes*. Universidad de Palermo 2014.

3.3.1.1.3. GIORGO ARMANI

Armani comenzó como diseñador de ropa masculina en 1974, y al año siguiente presentó una colección femenina. Famoso por su implacable confección en la costura, logró que durante los años 80 sus trajes fueran un sinónimo de poder. El traje continúa siendo la pieza central de su empresa, así como su asociación con estrellas de Hollywood. Citamos aquí a Armani por recursos utilizados en algunas de sus piezas de la colección otoño-invierno 2002; el material del conjunto piel elástica y los hombros que se levantan en punta nos recuerdan los techos de las pagodas orientales.



Figura 163. Pagoda oriental. Vestido de la colección otoño-invierno de Armani, 2002.

3.3.1.1.4. ZAZA HADID

El diseño que elaboró la reconocida arquitecta angloiraquí Zaha Hadid para la marca *United Nude*, marca de zapatos con una peculiar fusión entre moda y diseño ya que para la creación de sus modelos se ponen a la obra arquitectos, diseñadores, editores y fotógrafos. En esta ocasión Zaha Hadid se inspiró en el complejo residencial que ella misma diseñó en Nueva York cuya proyección está planteada para el próximo 2017.



Figura 164. Diseño de zapato de Zaha Hadid para United Nude. Figura 165. Complejo residencial diseñado por Hadid en Nueva York.

También de la marca United Nude son las sandalias inspiradas en uno de los rascacielos más famosos de principios del S.XX, el Rockefeller Center de Nueva York, cuya construcción fue dirigida por el arquitecto Raymond Hood.

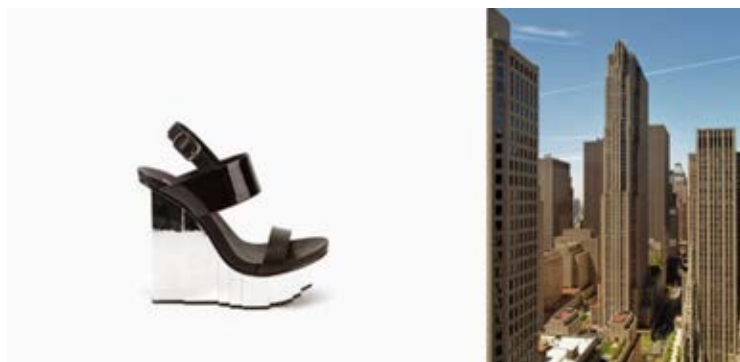


Figura 166. Sandalias de United Nude inspiradas en el Rockefeller Center de Nueva York.

3.3.1.1.5. JI+B

La obra de Zaha Hadid también cobra movimiento en la marca de alta costura JI+B inspira una colección de vestidos en los edificios de la arquitecta anglo-iraquí. Jesús Ibarra y Bertholdo Espinoza, arquitectos jaliscienses, migraron al mundo de la moda a raíz de la crisis de 1994⁵⁸³. Iniciaron con un taller de reparación de ropa en Sinaloa y ahora poseen la marca JI+B. Su éxito lo atribuyen a la arquitectura, que les dio las bases para diseñar. En sus colecciones plasman sus gustos personales por el arte y la arquitectura. (Zaha) *Es un referente de la arquitectura. Tiene un estilo que rompe todos los esquemas*, explica Ibarra. También la admiran por la integridad de sus proyectos, el diseño del detalle, su obra es impactante por dentro y por fuera.



Figura 167. Vestido de JI+B. *Dancing Towers*, Dubai. Zaha Hadid.

⁵⁸³ Información obtenida del blog Obras web. Leslie Aguirre. 25 de diciembre de 2012.



Figura 168. Vestido de JI+B. *Dorobanti Tower*, Rumania. Zaza Hadid.

El diseño de los vestidos es orgánico como las obras de Hadid. En sus prendas, emularon los detalles que caracterizan cada obra, como las *Dancing Towers* en Dubái. Además, cada tela fue manejada de forma especial para darle movimiento. JI+B también han realizado colecciones inspiradas en artistas como Claude Monet, el escultor Richard Serra o el arquitecto Luis Barragán, entre otros.

3.3.1.1.6. TIMMI WOODS

Y qué decir del famoso bolso con incrustaciones de cristales Swarovski “Torre Eiffel” de Timmy Woods, diseñador de bolsos para *Sex in the City*, pieza que luciría la actriz Sarah Jessica Parker en las primeras escenas de la película.



Figura 169. Bolso de Timmy Woods 2008. Torre Eiffel 1887-1889.

3.3.1.1.7 .ELENA GARCÍA SILVA

También cabe mencionar a la arquitecta Elena García Silva que ha creado una nueva marca de bolsos de lujo *Made in Spain* llamada Lautem. Modelos inspirados en la Bauhaus que buscan la funcionalidad y estética del diseño en una arquitectura racionalista⁵⁸⁴. Formas puras, colores básicos y vivos, líneas rectas con fuerte geometría, sin detalles, un estilo conciso y funcional. Se intenta potenciar su consistencia física dejando de lado la decoración y los elementos individuales

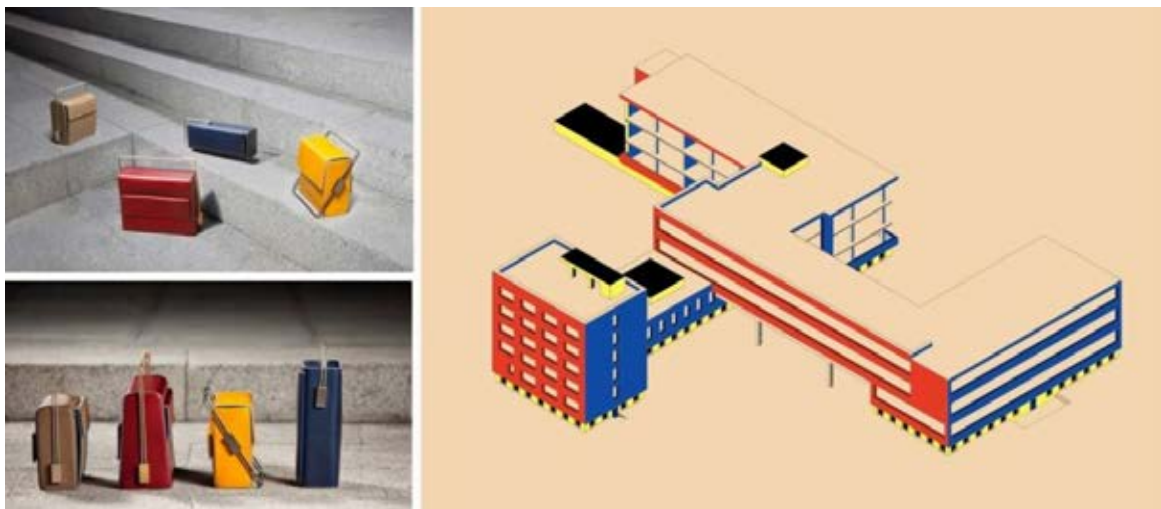


Figura 170. Diseños de *Lautem* por Elena García Silva (2015/16) inspirados en la Escuela de la Bauhaus proyectada por Walter Gropius en 1923.

⁵⁸⁴ Cristina Galafate. Artículo Bolsos arquitectónicos y 100% “made in Spain” publicado en El Mundo. 02/03/2015.

3.3.1.1.8. MASHALLAH DESIGN Y LINDA KOSTOWSKI

Con el objetivo de vincular la arquitectura con la moda, de una forma evidente y asequible, nació el proyecto *The T-shirt Issue* en el año 2008. *The T-shirt Issue*, proyecto creado por Mashallah Design y Linda Kostowski, es un colectivo berlinés que busca la deconstrucción arquitectónica de las camisetas y sudaderas, transformándolas de piezas simples en 2D a impactantes y originales obras de 3D, que son casi esculturas de origami. La ruptura de las leyes, los códigos y de lo que es posible o no, es su más claro *leit motiv*⁵⁸⁵. Una ruptura con conocido para reconstruir la visión de las piezas tal y como las conocemos. Pero no sólo se han quedado en la conceptualización arquitectónica, digital y origami de las prendas, también han lanzado colecciones como *1/10 Edition* y *Elephant Island* y han creado más proyectos experimentales como MUYBRIDGE PT_1 y MUYBRIDGE PT_2, inspiradas en el movimiento de las fotografías de Eadweard Muybridge.



Figura 171. MUYBRIDGE Project 2008.

⁵⁸⁵ Información extraída de la revista TenMag. [Http:// www.tendenciasfashionmag.com/the-t-shirt-issue/](http://www.tendenciasfashionmag.com/the-t-shirt-issue/)

3.3.1.1.9. VIKTOR & ROLF

Con evidentes evocaciones arquitectónicas tenemos el caso de la silueta del vestido del dúo holandés Viktor & Rolf, diseñadores que suelen desafiar el *status quo* de la moda realizando shows que investigan telas innovadoras, siluetas y funcionalidad⁵⁸⁶. Su enfoque surrealista de la moda los ha convertido en protagonistas de varios libros, así como de galerías y muestras que reflejan las conexiones entre arte y moda. Inspirados en el juego de volúmenes del cubo naranja, de los arquitectos parisinos Jakob y MacFarlane, en el puerto de Lyon, más conocido como el cubo naranja. Otra pieza de la misma colección inspirada en la Ópera de Sidney.

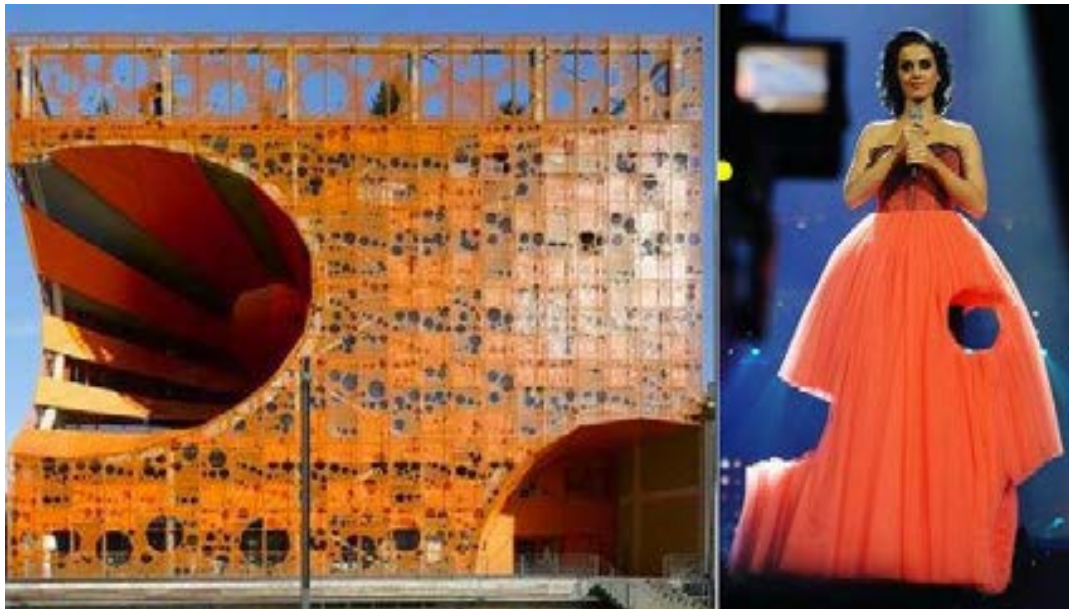


Figura 172. Puerto de Lyon, *cubo naranja* . Francia. Figura 173. Vestido de la colección primavera-verano 2010 de Viktor & Rolf.

⁵⁸⁶ Información extraída del catálogo de la III Bienal de Iberoamérica del diseño.



Figura 174. Ópera de Sidney, Jorn Utzon 1973. Figura 175. Vestido de la colección primavera-verano 2010 de Viktor & Rolf.

3.3.1.1.10. ADA ZANDITON

Ada Zanditon es una joven diseñadora inglesa que traduce corrientes estéticas de un arte a otro. Su colección *The Pyramora* surge a partir de la estética de las Grandes Pirámides de Egipto., construcción egipcia perteneciente al Imperio Antiguo. Las tumbas de Keops, Kefren y Micerinos forman parte de las creaciones más impresionantes de la arquitectura egipcia, construidas en piedra, con muros gruesos formados por grandes sillares, adinteladas y de enormes proporciones, con una fuerte carga simbolista. Ada utiliza unos materiales recurrentes para hacer la comparativa con las pirámides, no solamente son sus materiales y color los que evocan a estas famosas construcciones sino también su volumen y silueta. Sus ecos diseños son coloridos, futuristas y completamente *trendy*. La moda eco de Ada Zanditon está creada a partir de tejidos orgánicos y naturales y además, según cuenta su página web⁵⁸⁷, los tejidos se tiñen con tintes libres de AZO, lo cual significa que no contienen productos químicos cancerígenos.



Figura 176. Vestido de la colección primavera-verano de Ada Zanditon, 2011. Figura 177. Pirámides de Giza.

⁵⁸⁷Información obtenida en la web de la diseñadora <http://www.adaz.co.uk/>

3.3.1.1.11. CHANEL

El tejido del diseño de Karl Lagerfeld para Chanel en su colección otoño-invierno del 2012 parece inspirado en el Estadio de Fútbol Allianz Arena del Bayern de Munich (2005), uno de los mejores estadios de fútbol del mundo, diseñado por los arquitectos suizos Herzog & de Meuron. Lagerfeld diseñador prolífico e intuitivo, ha ejercido una perdurable influencia en la industria del diseño. Su genialidad procede de un sentido posmoderno de las combinaciones de estilo. Es famoso por su asociación con Chanel, firma que renovó y revigorizó, combinando prendas clásicas de la casa de moda urbana y una perspectiva joven.



Figura 178. Allianz Arena del Bayern de Munich 2005. Vestido de la colección otoño-invierno de Chanel 2012.

3.3.1.1.12. MARY KATRANTZOU

Mary Katrantzou sigue innovando en el mundo de la moda con sus geniales estampados. En esta ocasión, la diseñadora de raíces griegas se ha inspirado en los más interesantes paisajes de sus viajes y tiñe las telas con sus mejores fotografías de ellos. Mary Katrantzou comenzó a tener reconocimiento en la moda desde su actual hogar, Inglaterra, gracias a su perfección y belleza para trabajar la impresión digital en las telas. Cualidad que sólo ella puede ir perfeccionando con cada colección.



Figura 179. Diseños de Mary Katrantzou colección primavera-verano 2014.

3.3.1.2. MODA & ESCULTURA

Llamamos escultura al arte de modelar el barro, tallar en piedra, madera u otros materiales como podría ser el textil. Es una de las bellas artes en la cual el escultor se expresa creando volúmenes y conformando espacios⁵⁸⁸. En la escultura se incluyen todas las artes de talla y cincel, junto con las de fundición y moldeado. Dentro de la escultura, el uso de diferentes combinaciones de materiales y medios ha originado un nuevo repertorio artístico, que comprende procesos como el constructivismo y el assemblage. El arte de las formas, la geometría y las líneas no sólo se encierra en los museos, en lienzos y esculturas de artistas reconocidos. El relieve y la estructura tienen un peso importante en la moda. Piezas escultóricas en su forma, arriesgadas en su desempeño y seductoras en su presencia son las protagonistas de este capítulo dedicado a ahondar en la comparativa visual de la moda y sus quehaceres con la escultura. Al igual que en el capítulo anterior se expondrán obras de algunos de los diseñadores que más han destacado con sus diseños escultóricos⁵⁸⁹.

⁵⁸⁸ Definición de la Real Academia de la Lengua.

⁵⁸⁹ Editorial de moda: Escultura monocromática. Revista de moda Vanidad.

3.3.1.2.1. CRISTÓBAL BALENCIAGA

Podríamos decir que Cristóbal Balenciaga fue pionero en desarrollar un concepto escultural del vestir. Minucioso, metódico y austero, a este mito se le estudian sus obras como arte, se subastan sus vestidos como joyas o se le abren las puertas a sus prendas en los mejores museos, como corresponde al erudito que fue⁵⁹⁰.



Figura 180. Vestido de cóctel, llamado cuatro picos, en gazar negro de Abraham. Forma cónica ensanchado por arriba en cuatro ángulos. Balenciaga (1967).

⁵⁹⁰ Volúmenes revolucionarios. Publicado en <http://ecodiario.eleconomista.es/blogs/fondo-de-armario/tag/michael-kampe/>



Figura 181. Una de las muestras tomadas por Manuel Outumuro de los 60 modelos retratados para una de las exposiciones del maestro Balenciaga en Getaria. En esta imagen podemos ver una comparativa visual entre un modelo creado por Balenciaga entre 1935 -1938, y la famosa escultura Victoria de Samotracia (190 a.C.).

La imagen anterior nos permiten recrearnos en las más brillantes características de la obra de Balenciaga: su audacia en la concepción de nuevas siluetas, su innovador sentido cromático, la impecable construcción de sus modelos, sus volúmenes, el paso y el estatismo conjunto con la extraordinaria calidad de los tejidos que elegía emplear. La calidad escultórica de esta pieza está conseguida gracias a los patrones técnicamente perfectos y a los tejidos utilizados.

3.3.1.2.2. ROBERTO CAPUCCI

La obra del italiano Roberto Capucci también es un claro ejemplo de la fusión entre moda y escultura. Exponente destacado internacionalmente en el arte aplicado a la moda. Sus vestidos-escultura, de proporciones rigurosas, originalidad de diseño, libertad de formas y volúmenes, voluptuosos colores y un inconfundible estilo, han distinguido su gran trabajo experimental⁵⁹¹. Basó su labor en la investigación de los estilos artísticos desde el principio de su carrera, iniciada en 1951 en Florencia. A través de la silueta, destaca las diversas geometrías, realizadas a través de la repetición y multiplicación de elementos, convertidos en un diseño escultórico. La habilidad y la sabiduría de las manos del maestro, siguen la línea de materiales dóciles, y hace fácil, el describir sueños y visiones narrando estilo, que vienen a componer una imaginación muy variada y creativa.



Figura 182. Vestido *Bouganvillea*, 1989. Tafetán plisado verde. Roberto Capucci.

⁵⁹¹ Así se define en el monográfico publicado en la revista digital *Revista de las Artes* al diseñador italiano. Enero/febrero 2012. Buenos Aires, Argentina. Nº 42.



Figura 183. Vestido escultura *Orange* de Roberto Capucci, 1982. Terciopelo y gazar.

3.3.1.2.3. RIE HOSOKAI & TAKASHI KAWADA

La artista y diseñadora japonesa Rie Hosokai junto con el director de arte y diseñador gráfico Takashi Kawada forman *Daisy Balloon*, creando piezas de Alta Costura con globos. Rie Hosokai comenzó a utilizar globos para decoración en 1998, cuando trabajaba en una floristería. Disfrutó tanto realizando este trabajo que en 2002 comenzó con este proyecto llamado *Daisy Balloon*⁵⁹². Se dio cuenta de las posibilidades que ofrecía trabajar con este material. Rie Hosokai es quien teje y da forma a los diseños con globos que antes ha visualizado y creado Takashi Kawada.



Figuras 184 y 185. Fotografías del proyecto *Daisy Balloon*.

⁵⁹² Información obtenida en el blog naranja impar. Daisy Balloon vestido con globos. <http://naranjaimpar.es/moda-2/daisy-balloon/>



Figuras 186 y 187. Varias de las muestras de la colección de Alta Costura de Rie Hosokai, 2002.

Ambas son prendas exclusivas a la medida del cliente, hechas a mano de principio a fin, utilizando telas inusuales y confeccionadas como exhibición de arte.

3.3.1.2.4. JUANJO OLIVA

Se encuentran diferentes diseñadores que también han estudiado en alguna de sus obras las estructuras modulares como base de la creación como por ejemplo, Juanjo Oliva, diseñador nacido en Madrid en 1971, su *debut* en Cibeles se realizó en la presentación de la colección otoño-invierno 2004/2005.



Figura 188. Vestido de la colección primavera-verano 2004 de Juanjo Oliva.

Todos los diseñadores hacen un estudio de volúmenes en sus obras, puesto que aquello que están realizando es una obra en 3D cuya estructura principal es el cuerpo y a su vez lo modelan, desde marcar directamente las formas del cuerpo e incluso perderlas por completo.

3.3.1.2.5. SANDRA BACKLUND

La diseñadora Sandra Backlund es conocida en el mundo de la moda por sus creaciones vanguardistas y conceptuales. Trabaja cada una de sus prendas como si fuera una escultura, con volúmenes inesperados que crean efectos tridimensionales y que impresionan con su belleza⁵⁹³. La estética de Sandra Backlund posee líneas escultóricas y arquitectónicas. Sus piezas tratan de exagerar y acentuar las formas femeninas. Sandra Backlund fluctúa proporciones, produciendo diseños que son simultáneamente cálidos y de ciencia-ficción; gracias al uso de materiales como la lana pesada, el papel y más recientemente, el pelo. Esta diseñadora sueca utiliza estos materiales cercanos y familiares para reinterpretarlos bajo su punto de vista futurista. Transforma de esta manera el significado de las prendas de punto, en esculturas o piezas de arte en movimiento. Sandra Backlund se enfrenta a su trabajo de una manera similar a la de un artesano. En lugar de crear sus prendas utilizando patrones tradicionales crea sus diseños tricotando directamente, experimentando, probando y juntando las piezas ella misma. Son innumerables las horas que pasa Sandra tricotando en su taller de Estocolmo, esto le ha llevado a admitir que es incapaz de producir una colección completa por sí misma. Hace poco ha incorporado el uso de algunas máquinas a los procesos de fabricación. Ahora mismo se centra en la investigación de los accesorios y en su colaboración con un fabricante de punto italiano para hacer que sus colecciones puedan estar disponibles en el mercado.

⁵⁹³ Leven Johanna. *Sandra Backlund, reina del collage Knitwear*. Neomoda. Primer portal de Moda y Tendencia. Abril 2011.



Figuras 189. Muestra realizada con piezas labradas de madera.



Figura 190 Muestra realizada con tela utilizando la técnica del origami (2007).

3.3.1.2.6. IRIS VAN HERPEN

Hay una gran cantidad de diseñadores que afrontan el reto de crear moda desde una visión 3-D. Quizás el trabajo más destacado en cuanto a diseñadores con un concepto de las estructuras escultóricas es el de la belga Iris van Herpen⁵⁹⁴. Iris inició sus pasos en el mundo de la moda siendo pasante de Alexander McQueen y se nota su influencia en la manera en que juega con formas y conceptos aplicados en el vestido, buscando siempre innovar acercándose a una hechura escultural. Sus diseños requieren de tratamientos exclusivos de materiales o incluso la creación de nuevos materiales. Por esta razón, Van Herpen prefiere la investigación interdisciplinaria y a menudo colabora con otros artistas o científicos.

*En toda mi obra trato de dejar en claro que la moda es una expresión artística, demostrando y llevando el arte, y no sólo una funcional y carente de contenido o herramienta comercial. Con mi trabajo pretendo mostrar que la moda sin duda puede tener un valor añadido para el mundo, que es intemporal y que su consumo puede ser menos importante que su principio. Usar ropa crea una forma emocionante e imperativa de la auto-expresión. "La forma sigue a la función" no es un lema con el que estoy de acuerdo. Por el contrario, me parece que las formas de complementar y modificar el cuerpo y por lo tanto la emoción. Movimiento, tan esencial para y en el cuerpo, es igual de importante en mi trabajo. Al llevar la forma, estructura y materiales entre sí de un modo nuevo, trato de sugerir y darse cuenta de la tensión óptima y movimiento*⁵⁹⁵.

⁵⁹⁴ www.youtube.com/watch?v=yX8RCyftaSs. Proyecto en colaboración con Iris Van Herpen, en él se llevaría un vestido que trabajase sobre la forma del agua.

⁵⁹⁵ Palabras citadas por la diseñadora en una entrevista para la revista digital *El bosco: pinturas, danzas y otras poesías*.



Figura 191. Vestido escultura realizado para la colección otoño-invierno 2011. Este vestido nos remite a la figura mitológica de Medusa.

Sus prendas no suelen ser usables o ponibles, pero resultan ser fantásticamente perfectas y verdaderos trabajos artísticos, que en su mayoría esculpe ella manualmente o termina con la misma técnica.



Figura 192. Vestido realizado para la colección de otoño-invierno *Capriole* de 2011.

3.3.1.2.7. MICHAEL KAMPE

Michael Kampe, revelación surgida del Festival de Hyères, también forma parte del grupo de diseñadores belgas que trabajan con materiales innovadores y que buscan realzar la parte artística de la moda con sus diseños originales. Sus propuestas son nuevas orientaciones y soluciones lejos de la producción para el mercado masivo, centrado en una pieza única individual, trabajada de forma artesanal.



Figura 193. Muestras de la colección de otoño-invierno 2011.

Utiliza formas desestructuradas y futuristas para examinar la moda masculina moderna bajo una perspectiva diferente. Siluetas exageradas, gráficos incoherentes y detalles minuciosos para hacer prendas que inspiradas en *Street wear* pero ejecutados con técnicas de Alta Costura.

3.3.1.2.8. AMAYA ARZUAGA Y DEBOTA & LOMBA

Teniendo en cuenta las connotaciones anteriores sobre la arquitectura y la escultura se observa en las siguientes imágenes, unos diseño pertenecientes a la diseñadora española Amaya Arzuaga, y al diseñador Devota & Lomba presentadas en Pasarela Cibeles Madrid *Fashion Week*.

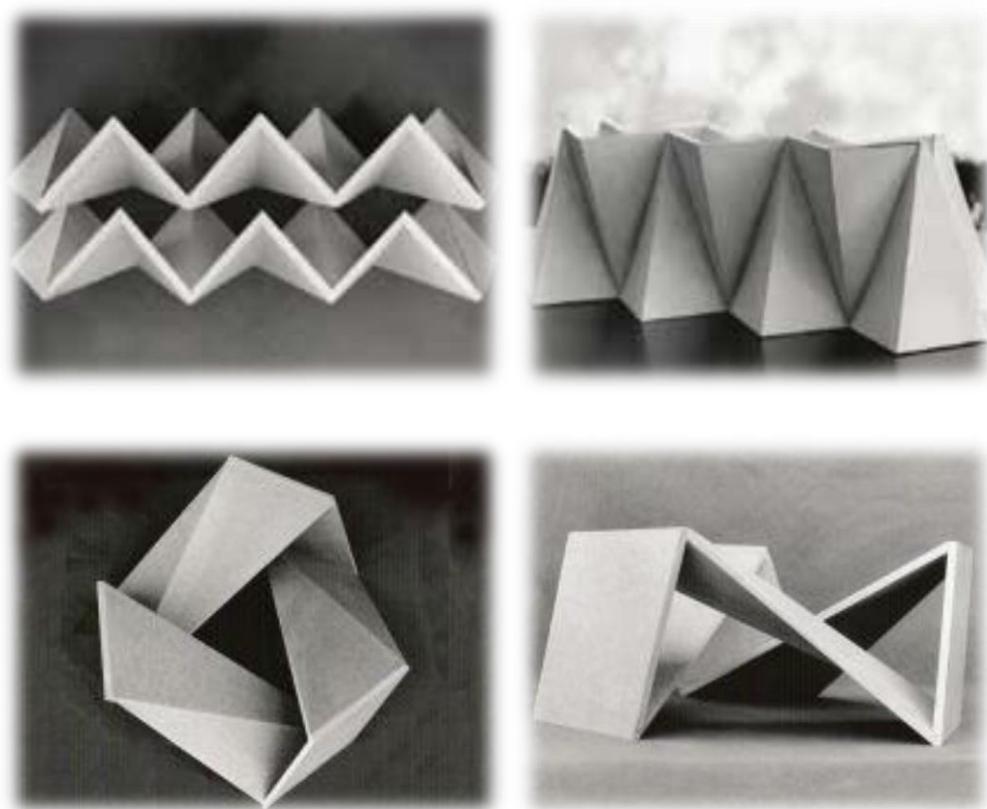


Figura 194. Vestido de la colección otoño-invierno de Amaya Arzuaga, 2012.

Figura 195. Vestido de la colección otoño-invierno de Debota & Lomba, 2012.



Recuerdan a las esculturas de Jesús Molina, el estudio de esculturas modulares que, a su vez, lo vemos en la arquitectura, como en las obras de Calatrava⁵⁹⁶. Ambos diseñadores (Amaya y Devota & Lomba) realizan un estudio espectacular del volumen y el ritmo, teniendo en cuenta que estos diseños son cambiantes, son esculturas de estudio arquitectónico a la hora de su creación. En cada paso que realizan los modelos, los vestidos varían de ritmo. En el caso de Devota & Lomba podemos observar un gran juego de papiroflexia en sus patronajes.



Figuras 196, 197, 198 y 199. Ejemplos de esculturas de Jesús Molina.

⁵⁹⁶ Citado en *La moda. Arte e influencia artística*. Bárbara Pardo. Universidad Politécnica de Valencia. 2008.



Figuras 200 y 201. Fotografías de la Estación de Oriente Lisboa obra de Santiago Calatrava (1998).

3.3.1.2.9. FRANCIS MONTESINOS

Francis Montesinos, gran diseñador español, lo demuestra con su obra presentada en la Pasarela Cibeles *Fashion week* de Madrid, en sus vestidos primavera-verano 2009⁵⁹⁷.



Figura 202. Vestido de la colección primavera-verano 2009, Francis Montesinos.

El año 2015, ha sido el momento elegido de nuevo por Montesinos para realizar una propuesta artística junto con el escultor alicantino Víktor Ferrando en un proyecto de la Comunitat Valenciana. El escultor Ferrando ha sido invitado a colaborar en la creación

⁵⁹⁷ Citado por Bárbara Pardo Navarro en su artículo *La moda. Arte e influencia artística*. Universidad Politécnica de Valencia. 2008.

de la nueva colección del diseñador valenciano, titulada *Les garçons*, perteneciente a la temporada de otoño e invierno de 2015. Piezas de arte suspendidas sobre los modelos especialmente creados desde el particular estilo de Víktor Ferrando para la ocasión conforman la aportación del escultor en esta colección. Según explicó el escultor, este encargo supone *un orgullo, al estar trabajando junto con el gran creador de moda Francis Montesinos, Medalla de Oro Nacional de las Bellas Artes y referente mundial de la moda*⁵⁹⁸.



Figuras 203 y 204. Piezas de la colección otoño-invierno 2015.

⁵⁹⁸ Ferri, Eneas. Artículo *Moda y escultura, unidas en Víktor Ferrando y Francis Montesinos* publicado el 2 de febrero de 2015 en La verdad.es

3.3.1 2.10. ICHIRO SUZUKI

También sobre esta línea conceptual y modular se presenta el trabajo del diseñador japonés Ichiro Suzuki. Basa sus diseños en la realidad, sin dejar de lado el ser experimental en el arte óptico, usando polígonos y formas 3-D. Utilizó en ella ingeniería estructural⁵⁹⁹, moldeada en torno y elementos geométricos, para hacer las formas vivas, es obvio que usó técnicas de confección artesanal para lograr dar los acabados deseados a las piezas⁶⁰⁰.



Figuras 205 y 206. Muestra de la colección otoño-invierno para el evento Talent Suport, 2012.

⁵⁹⁹ La ingeniería estructural es una rama clásica de la ingeniería civil que se ocupa del diseño y cálculo de la parte estructural en elementos y sistemas estructurales tales como edificios, puentes, muros (incluyendo muros de contención), presas, túneles y otras obras civiles. Su finalidad es la de conseguir estructuras seguras, resistentes y funcionales. En un sentido práctico, la ingeniería estructural es la aplicación de la mecánica de medios continuos para el diseño de estructuras que soporten su propio peso (cargas muertas), más las cargas ejercidas por el uso (cargas vivas), más las cargas producidas por eventos de la naturaleza, como vientos, sismos, nieve o agua.

⁶⁰⁰ Artículo Ichiro Suzuki moda en 3D de Jorge León publicado en su blog <http://www.jorgeleon.mx/2013/02/ichiro-suzuki-moda-3d/>

3.3.1.2.11. MELITA BAUMEISTER

Mediante patrones perfectamente compuestos, Baumeister entiende la moda y su idea formal más allá de las limitaciones de los tejidos. Usando silicona y procesos que nos trasladan a la escultura y sus talleres, esta diseñadora americana ha conseguido llevar a cabo una colección perfectamente estructurada⁶⁰¹. Usando el color blanco como lienzo para sus diseños, la geometría y la fluidez de las piezas componen volúmenes llenos de riqueza y con aires futuristas. Para más arte y ganas de disfrutar de su trabajo ha contado con la colaboración del fotógrafo Paul Jung en la creación de su *look book*. Una interpretación lánguida, estéril y neo futurista de una moda a la que todavía le queda mucho por decir⁶⁰². La colección es toda una declaración de intenciones en cuanto a la concepción de la moda en sí misma.



Figura 207 Piezas de la colección de otoño-invierno 2014.

⁶⁰¹ Ortiz, Daniel. Artículo publicado en <http://www.tendenciasfashionmag.com/vanguardismo-moda-y-escultura/>. Vanguardismo, Moda y Escultura.

⁶⁰²Ibidem.

3.3.1.2.12. SAYAZA GANZ

Diseños conceptuales y esculturales son los que proponen los diseños realizados con materiales reciclados por la diseñadora Sayaka Ganz, artista japonesa que crea impactantes esculturas inspiradas en la naturaleza. El desarraigo de crecer en diferentes países llevó a esta artista a una búsqueda personal. En ese proceso de búsqueda pronto reparó en la cantidad de objetos tirados a la basura por la gente; ella los recupera y les da una segunda oportunidad. Se trata solamente de objetos que han sido usados y tirados, y que cobran vida en sus manos, convertidos en animales. Según la propia artista en el fondo se trata de un proceso de reclamación y regeneración tanto a nivel personal como a nivel colectivo, ya que así ella parece liberarse de su desarraigo y al mismo tiempo también libera esos objetos encontrados⁶⁰³.



Figura 208. Muestra de algunos de los diseños de Ganz, realizados con materiales reciclados.

⁶⁰³ Artículo publicado en <http://www.blog.artesostenible.org/2011/01/las-esculturas-de-sayaka-ganz/>. Blog de arte sostenible. (01/2011).

3.3.1.2.13. AZZEDINE ALAÏA

El diseñador tunecino Azzedine Alaïa en su exposición *In the History of Fashion* en la galería Borguese de Roma realizó, una selección de 80 piezas que conversan con creaciones de escultores italianos como Bernini y Canova, enfatizando el valor escultórico de su trabajo⁶⁰⁴. Alaïa que traslada el cincel a las tijeras, alterando el cuerpo y sus líneas, ha estado siempre muy centrado en crear prendas de gran belleza corpórea⁶⁰⁵. De hecho, estudió escultura antes de dedicarse a la costura, disciplina que marcó su manera de aproximarse a la moda.



Figura 209. Imagen de la muestra de Alaïa en Roma. 2015.

⁶⁰⁴ Artículo publicado en <http://www.itfashion.com/cultura/arte-y-parte/costuraescultura-azzedine-alaia-en-la-historia-de-la-moda/>. (14/07/2015).

⁶⁰⁵ Ibidem.

Alaïa ha creado un estilo sexy, que subraya el propio cuerpo y que es perfectamente identificable como sinónimo de fuerza femenina. Ayudó a definir el estilo de los años 80 al emplear mujeres musculosas como Tina Turner, Raquel Welch o Graces Jones para vestir sus vestidos de punto.



Figura 210. Imagen de la muestra de Alaïa en Roma, 2015.

3.3.1.2.14. GABRIELA GONZÁLEZ

Su trabajo profesional también gira en torno al vestido realizando patrones industriales. La creación de estas obras es ciertamente complicada, intenta emplear en su elaboración tejidos muy diversos, que tengan una base de seda, linos, algodones... para modelarlos como si de esculturas se tratara⁶⁰⁶. Para ello se ayuda de látex y de otros productos que le permiten proporcionar cierta rigidez a las telas. Es un trabajo de investigación de los materiales, de estudio de los patronajes y de búsqueda de la belleza estética. Complejos patrones se alían con preciosas telas para llevarnos hasta las imágenes de época. Tejidos volubles se transforman en planos rígidos para formar objetos propios de la papiroflexia. Todo ello conforma un conjunto de modelos con el denominador común de tratar de ir más allá del objetivo primero de la indumentaria, cubrir el cuerpo, para tratar de recrear nuestra vista con imágenes bellas, alegres o transgresoras.



Figura 211. Dos piezas de la colección *Ars Indumenti* de 2015.

⁶⁰⁶ Artículo publicado en <http://tamtampress.es/2015/04/07/la-disenadora-gabriela-gonzalez-presenta-su-ars-indumenti/>

3.3.1.3. MODA & PINTURA

¿Se pueden encontrar tratamientos pictóricos en el diseño de moda? Por supuesto que sí, el diseño de moda abarca una paleta tan extensa de estilos y colores que serían imposibles resumirlos en unos cuantos. Los diseñadores de moda siguen el paso y la luz de numerosas obras pictóricas en las cuales inspirarse...

La pintura es un conjunto de colores dispuestos sobre una superficie según un cierto orden y con una finalidad representativa, expresiva o decorativa. Este conjunto provoca emociones y sensaciones en sus creadores para conectarnos con lo más profundo de sus sentimientos que se expresan al finalizar sus trazos⁶⁰⁷. Para algunos diseñadores de modas, ésta superficie es un lienzo sin límites, en el cual dejan volar su imaginación e inspirados por grandes obras de arte, proyectan en sus prendas y diseños una nueva visión de su arte... En la cual, a través de ellas nos sumergimos en un mundo en el que pensamos qué es lo que nos quieren dar a conocer, de qué manera nos hace sentir estar frente a cualquier movimiento artístico y claro, sus repercusiones en la vida cotidiana. Es en sí un escape de emociones, un refugio en el que nuestros pensamientos dejan fluir la imaginación y nos proyecta la naturaleza de nuestros más profundos sentimientos.

La pintura es una forma de autoconocimiento, en el que podemos saber qué colores, formas y símbolos pueden llegar a despertarnos belleza, tristeza, felicidad y hasta violencia; para un artista, no hay límites para la creatividad, nos pueden llevar por donde quieran para que nosotros mismos podamos apreciar nuevas maneras de ver, de sentir y de pensar⁶⁰⁸. La moda muchas veces ha sido interceptada en la interrogante de saber si es o no considerada como un movimiento artístico, y aunque en ocasiones lleguemos a apreciarla por las tendencias y vanguardias, la moda es un complemento y una influencia de la pintura, ya que todos sus creadores tienen la luz del paso de

⁶⁰⁷ Artículo El arte de la pintura en la moda. Publicado en FashionBlog México.2013.

⁶⁰⁸ Ibidem.

numerosos artistas para inspirarse y crear gracias a ellos, desfiles, pasarelas o colecciones en las que conjuntan todo lo que éstos artistas les han brindado.

Un gran ejemplo son las fotografías de moda, retratos artísticos que destacan lo mejor de cada diseñador, de sus vestidos, de sus modelos⁶⁰⁹. Los diseñadores de arte son los encargados de dar una atmósfera que nos transporte a un lugar o época determinado, mientras que el fotógrafo de moda se encarga de dar los mejores ángulos de la colección. *Bienvenido donde la moda es Arte* fue la campaña publicitaria del 2013 del Corte Inglés. Es un claro ejemplo de la conjunción de todos éstos factores, en las que se utiliza como inspiración y base a *Las Meninas* de Velázquez para crear un cuadro aterrizado en la atmósfera contemporánea, en la que se añaden diferentes personalidades que hacen posible el conocimiento de la moda y sus tendencias. La idea es sencilla y atractiva, asociar El Corte Inglés con uno de los cuadros más reconocidos a nivel internacional. Es decir, convertir el centro comercial en algo que ya es cercano y familiar para el turista y posicionarlo en la elevada escala del arte.



Figura 212. Nueva publicidad del Corte Inglés (2013).

⁶⁰⁹ Información extraída del Artículo El arte de la pintura en la moda. Publicado en FashionBlog México.2013.

La siguiente imagen pertenece a Marithé François Girbaud, es una campaña publicitaria del 2005 inspirada en *La Última Cena* (1495 - 1496) de Leonardo da Vinci, pero la tuvieron que retirar de la mayor parte de Europa ante las acusaciones por ofensa de convicciones religiosas.



Figura 213. Imagen de la campaña publicitaria de Marithé (2005).



Figura 214. *La última cena* de Leonardo da Vinci (1495-1496).

Otro guiño a esta famosa obra de Leonardo es la imagen tomada por el fotógrafo americano David LaChapelle, especializado en moda y publicidad. Su obra se caracteriza por presentar imágenes grotescamente glamurosas, con un tratamiento expresivo del color. Las imágenes de David LaChapelle, irreverentes y fantásticas, han aparecido en las páginas y portadas de las revistas *Vogue*, *Rolling Stone*, *Interview*, *The Face*, *GQ*, *Vanity Fair* entre otras muchas en el mundo⁶¹⁰.

David LaChapelle nos presenta una reinterpretación bastante pop y plástica, fiel a su estilo, que en conjunto a otras imágenes de la misma serie *Jesus is my Homeboy* (2003) muestra a un Jesús bastante cercano a sus discípulos. En este caso, son personificados por el negro de Harlem, el latino, el mexicano, el hiphopero, el reo tatuado y al fondo de la escena una mujer que podría ser María Magdalena, que no hacen más que representar al marginado de cualquier ciudad norteamericana, o al menos de Nueva York. LaChapelle, entonces, pone a sus personajes en un mismo nivel de razas donde cada uno de ellos busca sus propias respuestas.



Figura 215. Imagen de David LaChapelle.

⁶¹⁰ López Duque, Carlos. Artículo publicado en Trenchshots blogspot (19/04/2013). *Fotografía creativa*.

La icónica marca de zapatos, Christian Louboutin caracterizada por sus suelas de color rojo nos presenta su campaña fotográfica otoño-invierno 2012 con retratos importados del mundo del arte.



Figura 216. *Santa Dorotea* de Zurbarán 1648. Loubotin 2012.



Figura 217. *Whistler's Mother* de James McNeill Whistler 1871. Loubotin 2012.

El pintor cordobés Julio Romero de Torres también sirvió de inspiración para la marca española de zapatos Wonders en su colección del 2010, quien tomó de Romero de Torres las mujeres retratadas en los dos cuadros que presentamos a continuación y las convirtió (actualizadas y versionadas para la ocasión) en la imagen de su marca, en la inspiración de su campaña y en el prototipo de su consumidora.



Figura 218. *.Diana* (1924). *La chiquita piconera* (1930). Julio Romero de Torres. Publicidad de Wonders 2010.



Después del increíble éxito de *Secret Garden* de Dior que recibió más de 24 millones de visitas en Youtube, Dior presentó para el otoño-invierno 2013, *Secret Garden II*, ambos protagonizados por la modelo rusa Daria Strokous. Inspirada en el cuadro de Edouard Manet, *Almuerzo en la hierba* y con el Palacio de Versalles de fondo, símbolo del lujo francés que siempre ha apreciado Dior, las modelos lucen impresionantes vestidos, fascinantes joyas y elegantes bolsos completando una imagen onírica y surrealista.



Figura 219. Campaña *Secret Garden II* de Raf Simons para Dior, 2013.



Figura 220. Almuerzo en la hierba de Manet (1863). Campaña publicitaria *Secret Garden II* de Raf Simons colección otoño-invierno 2013 Dior.

Swooshart, es el nombre de un grafitero especial quien a través de pinturas antiguas se ha divertido a insertar el Swoosh (la coma) del logo de Nike y el eslogan *Just Do It*. Podemos traducirlo como un mensaje anticonsumista, imágenes que golpean al espectador. El logo de la marca deportiva Nike, a veces acompañado del eslogan *Just Do It*, refuerza la potencia de varias pinturas. Pensamos directamente a Jacques-Louis David para su cuadro *Napoleón cruzando los Alpes*. Un retrato ecuestre que nos permite admirar, con un máximo de propaganda y de culto de la personalidad del primer Cónsul y Emperador francés. El vínculo entre Nike, increíble comunicante de la época moderna, y Napoleón, Emperador de la publicidad política, existe realmente.



Figura 221. *Napoleón cruzando los Alpes* de Jacques Louis David (1801) por Swooshart.

Otro guiño realizado al cuadro de Jacques Louis David es el realizado por John Galliano para Dior con su campaña de la colección otoño-invierno 2007.



Figura 222. Imagen de la campaña publicitaria de John Galliano para Dior (2007) publicada en la revista *Harper Bazaar*. Cuadro de Jacques Louis David, Napoleón cruzando los Alpes de 1801.

Avanzando con el tema de la pintura, principal objeto de estudio de nuestra investigación, nos centraremos también en muchos de los diseñadores que han hecho de sus piezas (vestidos) un claro homenaje a movimientos artísticos o una apropiación de pinturas determinadas.

3.3.1. 3.1. DOLCE & GABBANA Y EL EXPRESIONISMO

La aceptación del expresionismo abstracto como movimiento artístico a comienzos de los años 50 y su aparición en los medios de masas hicieron que las drip painting de Pollock se convirtieran en bienes de consumo para una sociedad en la que imperaba el interés del mercado y en una de las tendencias de la época⁶¹¹.

La ropa y el calzado de trabajo de Pollock manchados de pintura se han convertido en objetos fetichistas y han sido fuente de inspiración para muchos diseñadores que han querido dar un toque artístico a sus creaciones tomando el expresionismo abstracto como referencia.

Este dúo italiano Dolce & Gabbana realizó su particular homenaje a Jackson Pollock en su colección de Alta Costura 2008 donde se decantaron por un *mix* de formas y volúmenes en los cuales sus corsés y suntuosos vestidos con tintes de época entremezclaban con inteligencia el romanticismo de los años cincuenta junto a la modernidad de pintores como Jackson Pollock, que basaban su trabajo en el arte abstracto.



Figura 223. Imagen de la campaña de publicidad de la colección primavera-verano del 2008, Dolce & Gabbana.

⁶¹¹ Artículo Expresionismo abstracto 1,2,3...Splash. The art showroom



Figura 224. Matthew Williamson en su colección primavera-verano 2001, también realizó su guiño a Pollock. Figura 225. Tibo, colección otoño-invierno 2010.



Figura 226. Sportmax colección otoño-invierno 2014. Carolina de Mónaco con un vestido de Alta Costura de Christian Dior de la colección de otoño-invierno de 1984.

3.3.1.3.2. JOSEP FONT Y EL EXPRESIONISMO ABSTRACTO DE STELLA

Josep Font, actualmente director creativo de la firma Jesús Del Pozo, presentó en el Salón Imperial del Hotel Westin París su colección de Alta Costura otoño-invierno 2009. En esa ocasión rindió homenaje a la obra pictórica y escultórica del expresionista abstracto Frank Stella partiendo de los efectos ópticos y de las ilusiones que se crean en las pinturas bidimensionales, con el color y la perspectiva como ejes fundamentales⁶¹².



Figuras 227 y 228. Piezas de la colección de Alta Costura otoño-invierno 2009, inspiradas en la obra del expresionista abstracto Frank Stella.

⁶¹² Artículo de Mayka Jiménez de Aranoa. Joseph Font: arte y moda. <http://lujosabarcelona.com/2009/07/08/josep-font-arte-y-moda/>

3.3.1.3.3. DIOR Y EL IMPRESIONISMO

La moda y el arte siempre han mantenido una estrecha relación y uno de los ejemplos más claros lo tenemos en la casa de moda Christian Dior cuyos inicios se forjaron en las inspiraciones de las grandes obras del impresionismo. A veces la inspiración llega a través de las formas, otras desde los colores y, en ocasiones, son las composiciones, las texturas o los motivos florales de muchas obras impresionistas, las fuentes de las que beben las creaciones de costura de la firma francesa Christian Dior. Las vías son distintas pero la fuente de inspiración es la misma: el impresionismo, ese movimiento artístico surgido en la Francia de finales del XIX y principios del XX que tanto motivó e inspiró a Christian Dior desde su infancia y que fue *leit motiv* en muchas de sus colecciones. Para ser exactos, no sólo en las colecciones que *Monsieur* Dior presentó entre 1947 y 1957, también en las colecciones que la casa parisina ha presentado desde entonces durante décadas hasta la actualidad, cuando al frente de la maison se encuentra Raf Simons como director creativo⁶¹³.



Figura 229. Vestido de la colección de Alta Costura de 1956 de Christian Dior. Cuadro *Roses Mousseuses* de Auguste Renoir (1890).

⁶¹³ Artículo Un viaje al impresionismo con Christian Dior. Blog tendencias: <http://www.tendencias.com/noticias-de-la-industria/un-viaje-al-impresionismo-con-christian-dior>



Figura 230. Vestido de la colección de Alta Costura de Raf Simons para Dior 2012. *Étude de ciel* de Edgar Degas (1869).



Figura 231. Vestido Rose Pompon, en gasa floral. Colección de Alta Costura primavera-verano 1952. La Pérgola, decorada de rosas de la Villa de Les Rhumbs en Grandville.

3.3.1.3.4. CHANEL Y EL CUBISMO

El cubismo es otro movimiento muy recurrente en las creaciones de la alta moda, vemos como en la colección otoño-invierno 2012 de Chanel reinan en la pasarela oscuros tonos derivando a colores cálidos como el cereza, el mostaza y el púrpura⁶¹⁴. Los tonos fríos como el esmeralda y toda una gama de violetas también se combinan con grises y platas.



Figuras 232, 233, 234 y 235. Piezas de la colección otoño-invierno Chanel 2012.

⁶¹⁴ Artículo publicado <http://clinicatufet.com/blog/2012/10/11/chanel-otonoinvierno-2013>.

3.3.1.3.5. HOKUSAI Y LA GRAN OLA DE KANAGAWA

El grabado japonés más conocido en Occidente es con toda probabilidad *La gran ola de Kanagawa* de Katsushika Hokusai, se trata de uno de los ejemplos más destacados de la estampación de paisajes *Ukiyo-e* (pinturas del mundo flotante) del periodo Edo (1615-1868). En este sentido, el historiador Richard Lane concluye: *En efecto, si hay un trabajo que hizo famoso el nombre de Hokusai, tanto en Japón como en el extranjero, fue esta monumental impresión, dejando un impacto duradero en el mundo del arte*⁶¹⁵.

La gran ola de Kanagawa pertenece a una serie de cuarenta y seis xilografías (grabados en madera) que realizó el pintor japonés con el monte Fuji visto desde diferentes ángulos y conocida como *36 vistas del monte Fuji*.

John Galliano se inspiró en este grabado para realizar una de sus piezas de la colección primavera-verano del 2007 para Dior.



Figura 236. Abrigo Suzurka-San de lino bordado a mano, de la colección de alta costura de p-v 2007, diseñado por John Galliano, e Inspirado en *La gran ola de Kanagawa*, de Katsushika Hokusai (1830-1833).

⁶¹⁵ Artículo *La gran ola de Kanagawa*, publicado el 22 de abril de 2012 en la revista online paquizurita.

Vestido ilustrado por estilista japonés Kansai Yamamoto inspirado en la obra *Bajo una ola en altamar en Kanagawa*.



Figura 237. Vestido de Yamamoto de la colección 2013, presentado en el Victoria & Albert Museum, Londres.

El arte japonés también ha servido de inspiración a diseñadores de la talla de Matthew Williamson y Gianbattista Valli.



Figura 238. Conjunto del diseñador Matthew Williamson. Derecha. Vestido de Gianbattista Valli.

La casa Blumarine también se ha visto contagiada en su colección primavera-verano 2015 por el japonésismo.



Figura 239. Vestido de Blumarine primavera-verano 2015.

3.3.1.3.6. VALENTINO Y EL ARTE NAIF DE ROUSSEAU

La inspiración para su colección de Alta Costura 2014 fue el pintor naif Henri Rousseau de finales del siglo XIX, uno de sus pintores favoritos. Durante su vida fue objeto de burlas debido a su estilo aparentemente infantil, pero con el tiempo su visión única ha llegado a ser apreciada hasta convertirse en uno de los principales exponentes del post-impresionismo⁶¹⁶. Sus motivos más comunes fueron los animales de la jungla, que pintaba en escenas selváticas, tormentas que arremolinaban las palmeras, monos entre plataneros... Un mundo que construyó a partir de su imaginación, pues nunca llegó a salir de Francia. Su inspiración le llegaba de las horas que pasaba en el Jardín des Plantes de París, en el zoo, y lo que le contaban sus amigos militares cuando volvían de México. Su estilo primitivista influyó a generaciones posteriores de artistas, como Picasso, con quien coincidió unos años de su vida y entabló amistad. Otros de sus amigos fueron el escultor Brancusi, el escritor Apollinaire, y el pintor Robert Delaunay...



Figura 240. Vestido y abrigo de la colección otoño-invierno de Alta Costura de Valentino 2014. *The Lion Hunter* de Henri Rousseau (1907).

⁶¹⁶ La colección de Alta Costura de Valentino inspirada en el pintor naif Henri Rosseau. Publicado en el blog Miss at la playa. Febrero 2014.



Figuras 241 y 242. Muestras de la colección de otoño-invierno de Alta Costura de Valentino 2014.



Figura 243. *Surprised* de Henri Rousseau (1891).

3.3.1.3.7. HERMÉS Y LA INFLUENCIA SELVÁTICA DE ROUSSEAU

El diseñador Christophe Lemaire se inspiró en la selva para crear la colección primavera-verano 2014 de Hermès presentada durante la Semana de la Moda en París.



Figura 244. Pieza de la colección primavera-verano de Hermès 2014. *El sueño* (1910).



Figura 245. Muestras de la colección primavera-verano 2014 de Hermès.

3.3.1. 3.8. PRADA Y EL POP ART

La referencia cultural viene expresada en esta colección por la belleza extraña de sus diseños que recogen la obra de la artista francesa Jeanne Detallante y el color que irradiaba en las obras del gran Richard Lindner, para mezclarlo con naturalidad con lentejuelas, tejidos de punto y pieles⁶¹⁷. Además de impregnar toda la colección primavera-verano del 2014 de una estética ochentera, Prada, le transfiere un aspecto tribal a toda la muestra con las plumas de colores que llevaban las modelos.



Figura 246. Piezas de la colección primavera-verano 2014, Prada.

⁶¹⁷ Artículo publicado en el blog Reflejos de moda. Fecha 9 de febrero del 2014.



Figura 247. Diseños de Jeanne Detallante para la colección 2014 de Prada.



Figura 248. Muestras de la colección inspirada en los diseños de Jeanne Detallante.

3.3.1.3.9. JIL SANDER Y EL ARTE POVERA

Haciendo uso de su paleta favorita -blanco, azul marino y negro- y tomando como referencia las piezas del maestro italiano vinculado desde sus inicios al arte povera⁶¹⁸, Alighiero Boetti, Jil Sander, afrontó la colección primavera-verano 2014 con una muestra en la que los brochazos aleatorios, pero perfectamente compuestos, se convierten en la pieza clave de la creación. Vestidos, abrigos y faldas que no necesitan más aliados, su contenido artístico funciona por sí solo.



Figura 249. Conjunto de Jil Sander. Cuadro de Boetti (1986-1987).

⁶¹⁸ El arte povera se vale de objetos del desecho o sin valor real, ni artístico, objetos triviales y ajenos a denominaciones como bello, hermoso o exquisito. Se propone dar valor a estructuras primarias conseguidas con materiales groseros y hasta repulsivos, pero siempre intentando dotarles de un espíritu poético. Para ello trata de llevar la atención del espectador hacia aspectos cotidianos anónimos y rutinarios a los que nunca se había atribuido ninguna cualidad artística, pero sobre todo se define como contrapeso de la cultura tradicional, a la que considera inalienable y cerrada a la averiguación de las nuevas perspectivas revolucionarias.

3.3.1.3.10. EL GRAFITI COMO FUENTE DE INSPIRACIÓN

El grafiti se apropia de los espacios, generando reacciones y críticas, pero sobretodo un impacto visual. La industria de la moda ha retomado sus elementos característicos para incorporarlos a algunos de sus conceptos. Marcas como Chanel, Louis Vuitton, Lenovo, Adidas, etcétera, ven en esta expresión cultural un motivo de inspiración para el lanzamiento de sus productos⁶¹⁹.

3.3.1.3.10.1. MARC JACOBS & STEPHEN SPROUSE

Las primeras prendas con motivos pertenecientes a esta expresión, surgen de la misma gente que integraba este movimiento, las cuales buscaban hacer más explícito ese estilo de vida. Seguramente no imaginaban la buena aceptación por parte de personas ajenas atraídas por esta propuesta visual. Son varios los personajes que han realizado colaboraciones con grandes empresas tomando como inspiración el grafiti. Es el caso de Stephen Sprouse, quien sería uno de los grandes genios diseñadores de la marca Louis Vuitton, Marc Jacobs quien en 2001 hace una invitación al artista para su primera colaboración, la cual fue todo un éxito. Posteriormente, en 2006 y en el 2009, el diseñador neoyorquino volvería a usar las ideas de Sprouse y repitiendo el primer éxito.



Figura 250. Imagen de la colaboración entre el artista urbano Sprouse y Jacobs, 2001.

⁶¹⁹ Artículo de Aldo Gómez Villafaña: El grafiti como fuente de inspiración en el mundo de la moda. Mayo 2015.

Esta colaboración fue muy significativa para Marc Jacobs, quien en su último desfile para Vuitton en el 2013 realizó un homenaje a la caligrafía de Stephen Sprouse.

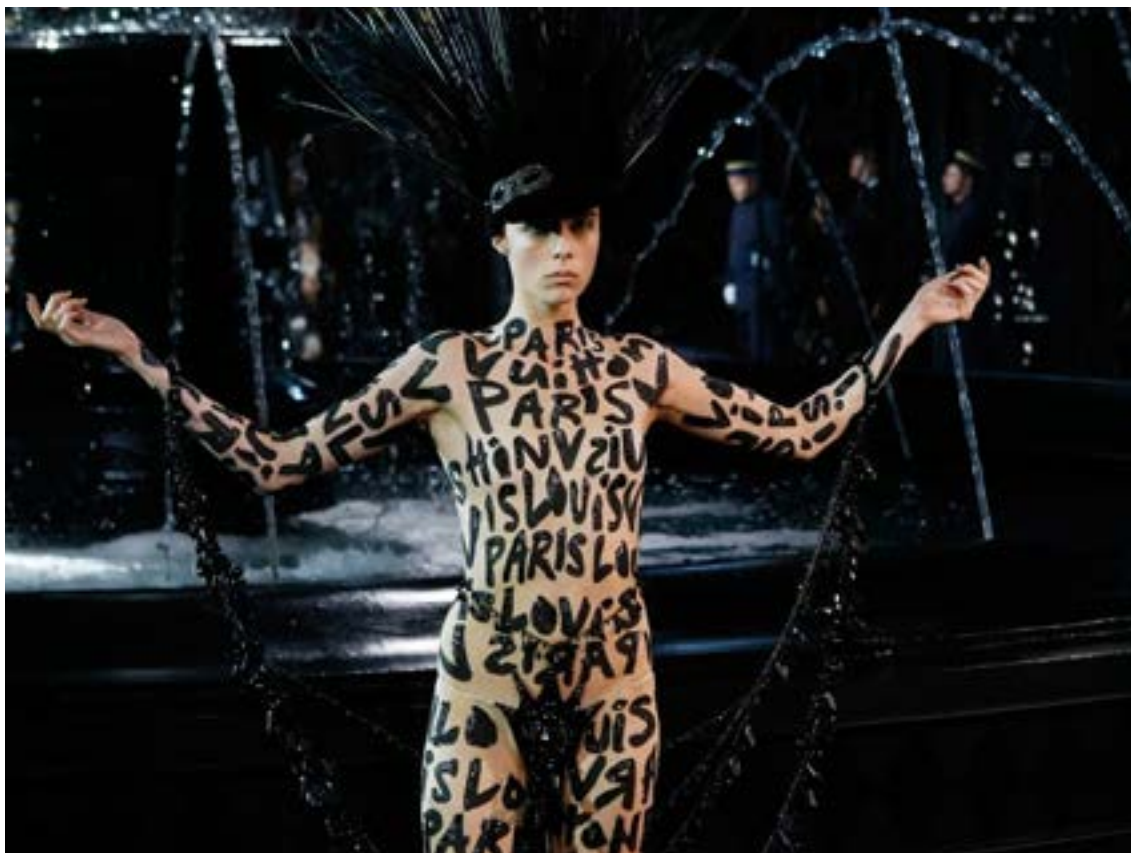


Figura 251. Modelo con detalles de la caligrafía característica del artista urbano Sprouse, último desfile de Jacobs para Vuitton, 2013.

3.3.3.10.2 .KEITH HARING Y LA MODA

Keith Haring es otro artista estadounidense que revolucionó la escena del arte *underground* y de Nueva York a finales de los años 80⁶²⁰. Trascendió al realizar dibujos animados hechos con un rotulador en la superficie de los anuncios del metro de Nueva York. Su propuesta estética ha dado pie para que una gran cantidad de marcas la usen y lancen al mercado múltiples versiones de su trabajo. Zara en el año 2010 quiso hacerle un homenaje por medio de camisetas que contenían parte de su obra más representativa.

⁶²⁰ Ibidem.

Empresas como Tommy Hilfiger, Reebok, Joyrich, NOIR Jewelry, Ligne Blanche, también han lanzado al mercado productos con la estética representativa de Keith Haring.



Figura 252. Algunas de las camisetas lanzadas por Zara en el 2010.

Este artista también ha influido en propuestas como la de la colección primavera-verano de Louise Gray del 2010.



Figura 253. Vestido de la colección primavera-verano 2010. Louise Grey.

Tommy Hilfiger presentó en 2010 una colección de calzado personalizada con las divertidas ilustraciones de Keith Haring. Se trataba de una selección de zapatillas y botas de agua para hombre, mujer y niño estampadas con las inconfundibles imágenes del artista.



Figura 254. Imágenes de dos de las muestras creadas por la firma americana en homenaje a Haring. Colección primavera-verano 2010.

La filosofía de los primeros años del grafiti ha ido cambiando paulatinamente debido a la inmersión de este como un producto de moda. En un principio se buscaba la discreción, donde se debía realizar bajo el anonimato⁶²¹. Ahora las marcas están al pendiente de cuál es el grafitero más sobresaliente del momento para poder realizar colaboraciones con estos.

Actualmente es muy común ver estampados con este tipo de gráfica, sin embargo muchas veces es deficiente ante los ojos de verdaderos expertos, personas que realmente están involucradas en este tipo de expresiones. Es muy necesario que las marcas tengan

⁶²¹ Ibidem.

el respaldo de alguien que verdaderamente sabe cómo es el movimiento, alguien que lo conozca a la perfección para que al lanzar un producto el usuario lo considere legítimo y que sienta que de verdad lo representa. En el 2014 Vuitton realizó la tercera edición de *Louis Vuitton Artist Scarves* - un proyecto de pañuelos en el que han participado anteriormente los brasileños Os Gemeos, Retna de Los Ángeles y Stephen Sprouse - que incluye un diseño del chileno INTI inspirado en el dios incaico Wiracocha. La colección también cuenta con piezas del estadounidense Kenny Scharf y su composición astronómica y del diseñador gráfico francés André Saraiva. Conocida es la afición de esta casa por hacer colaboraciones con artistas de la talla de Yayoi Kusama, Takashi Murakami y Richard Prince, quienes han creado colecciones de múltiples ítems mientras que los pañuelos se han convertido en el lienzo reservado a los artistas urbanos.



Figura 255. Scarve del artista Kenny Scharf.2014.



Figura 256. Scarve del artista André Saraiva.2014.

3.3.1.3.11. LOS TRAJES LIENZO DE MANUEL FERNÁNDEZ

El diseñador Manuel Fernández es un diseñador y artista español. Además, es el creador y presidente de *Fashion Art Institute*, una fundación desde la que aúna el diseño de moda y el arte en una experiencia muy personal de aunar moda y pintura, mediante el ofrecimiento de vestidos diseñados por él para que sirvan como soporte tridimensional a los mejores pintores del panorama nacional. Su obra, *Trajes lienzo* (2010) tiene como resultado la creación de un nuevo lenguaje estético, en el que el artista llega a su público

a través del hilo conductor del diseñador, y que nos ofrecen una nueva perspectiva tridimensional desde la que disfrutar la pintura⁶²².



Figuras 257 y 258. Muestras de la colección *Trajes lienzo* de Manuel Fernández.2010.

⁶²² Artículo publicado en el *Dia.es*. Sección Moda. La apuesta del modisto Manuel Fernández llegan a Benidorm. Enero 2015.

Este diseñador crea vestidos lienzo inspirándose en la obra de cada artista y ellos, posteriormente, los intervienen.

Por la dulzura y suavidad de algunas telas así como por su tratamiento a la hora de realizar los diseños y patrones, se puede apreciar bellos movimientos en la pasarela; movimientos de danza en cada paso que realizan las modelos.



Figura 259. Algunas de las piezas de Alta Costura de la colección primavera-verano 2010 de Gianni Versace.



Figura 260. Algunas de las piezas de Alta Costura de la colección primavera-verano 2012 de Elie Saab.

3.4. LOS JUEGOS DE LOS ARTISTAS CON MATERIALES TEXTILES

Si el arte se caracteriza por ser 100% estética, es en la moda donde encuentra un elemento de funcionalidad, gracias a la fusión de técnicas, significados y color. Pero el arte no está exento de incluir a la moda, o elementos de la misma. Aunque no son la mayoría, artistas como Yayoi Kusama, Cindy Sherman, Yoko Ono, entre otros, han trabajado con técnicas de costura y tejidos para realizar sus obras.

3.4.1. YAYOI KUSAMA: PINTORA Y ESCULTORA PERFORMER

La obra de la japonesa Yayoi Kusama (Matsumoto, 1929) se desenvuelve en el contexto artístico internacionalizado que comienza a finales de los 50 y es origen de la actual globalización⁶²³. Sus casi seis décadas de trayectoria, iniciada en exposiciones individuales con tan solo 23 años en Japón, le llevan a cruzar las fronteras nacionales hasta Nueva York en 1958, ciudad ya reconocida como epicentro artístico mundial.

La rápida relevancia que desarrolló en este contexto durante los sesenta es claro reflejo de que su obra carece de las referencias más habituales, situándose en un territorio cuya excepcionalidad es única⁶²⁴. A este momento pertenecen sus trabajos más reconocibles, las denominadas *Accumulation sculptures* (Esculturas de acumulación), en las que la pintura deja de ser un objeto para encontrarse con los dominios de la escultura, abundando en apéndices fállicos, y las *Infinity nets* (Redes de infinito), amplias extensiones de puntos aún dependientes de la monocromía blanca.

⁶²³ Artículo sobre la exposición Yayoi Kusama. Sala Sabatini. <http://www.museoreinasofia.es/exposiciones/yayoi-kusama>

⁶²⁴ Ibídem.



Figura 261. *Accumulation sculptures* por Kusama.

Si por lo general estas obras se han convertido en una de las representaciones más habituales de un arte pop y feminista, también hay que tener en cuenta que avanzan formas vinculadas con la excentricidad minimalista de artistas como Lynda Benglis o Eva Hesse⁶²⁵. Creó una estética muy personal e impactante. En un territorio como fueron las *performances*, los *happenings* o las instalaciones nos ha mostrado las formas del dolor y la depresión a través de la plasticidad; debatiéndose entre el minimalismo japonés y su barroquismo personal.



Figura 262. Yayoi Kusama y su característico look. Escultura perteneciente a *Infinity nets*.

⁶²⁵ <http://www.museoreinasofia.es/exposiciones/yayoi-kusama>

Todo cristalizó en el color rojo que junto con los puntos y las redes se convirtieron en su marca registrada. Con las formas abstractas y orgánicas creó una compleja relación entre la realidad y la ficción, que no sólo utilizó para cubrir sus vestidos y telas, sino también para cubrir su propia piel. Ella misma lo describe como acciones exhibicionistas autoliberación⁶²⁶.

La obsesión por los patrones en serie en la obra de la artista japonesa Yayoi Kusama se traslada a las telas, las pieles y los accesorios de la colección 2012 de Louis Vuitton. *El carácter obsesivo y la inocencia de su obra me cautivó* decía Jacobs, director creativo de la firma. El resultado es un total de 64 piezas cargadas de sus colores y sus emblemáticos puntos, que son la visión de la artista de su vida, la cual describe como *un lunar perdido entre millones de lunares*⁶²⁷. Los lunares cubren completamente la ropa de la colección *Ready-to-Wear*, los zapatos, relojes, gafas y las piezas de joyería y expresan las ilimitadas posibilidades de jugar con las escalas, los colores y las densidades.



Figura 263. Muestras de las piezas realizadas por la artista para Louis Vuitton en la colección del 2012.

⁶²⁶ Redacción *Vogue*. Artículo *Vuitton loves Yayoi Kusama*. Publicado el 11 de julio de 2012.

⁶²⁷ Opus cit.

3.4.2. CINDY SHERMAN: FOTÓGRAFA

Cindy Sherman fue otra artista que utiliza el soporte de la moda para construir a sus personajes, realizando sus escenografías por medio del vestuario. Teatralidad y performance han sido frecuentemente asociadas en su obra⁶²⁸. De modo que en las fotografías de Cindy Sherman se plasma un cuadro, una escena, un drama y un hecho artístico preservados mediante la fotografía.

Sherman también observaría la moda como parte de sus escrutinios sociales y de estereotipos. Aunque el nombre evoque a una autora dedicada al glamuroso mundo de la fotografía de moda la realidad es otra: reaparecen los estereotipos, las prótesis y el grotesquismo. A continuación se pueden observar dos fotografías de la serie *Horror and Surrealist Pictures*.



Figuras 264 y 265. Muestras de la serie *Horror and Surrealist Pictures*.

En el proyecto *Juergen Teller*, Cindy Sherman y Marc Jacobs colaboran en el primer trabajo formal en el mundo de la moda (2006). *Posé para los anuncios de Marc Jacobs*

⁶²⁸ Artículo sobre la exposición *Cindy Sherman, Untitled Horrors*.
tdcindysherman.wordpress.com/tag/horror-and-surrealist-pictures/

*realizados por Juergen Teller. El mundo de la moda parece muy enamorado de los artistas; es la novedad, pero esto no ha cambiado el contenido de mi trabajo*⁶²⁹.

Posteriormente Sherman es solicitada por Balenciaga (2010) para trabajar en nuevos personajes y estereotipos. *La serie me fue inspirada por la idea de las fotos que aparecen tan frecuentemente en las revistas donde la gente, desesperada por mostrar su estatus y conexiones posa excitada, con enormes sonrisas y personalidades grandilocuentes*, dijo Sherman en una entrevista realizada en relación a esta serie⁶³⁰. Las seis fotografías de la serie fueron presentadas en *Fashion's Night Out* y en la tienda Balenciaga de Chelsea (Nueva York).

Para cerrar su trilogía de moda sobre pedido, Cindy Sherman sorprendió al mundo cuando la empresa de cosmetología MAC eligió a la artista como su rostro para promover la línea de otoño 2011.

En el Planeta Cindy podemos encontrarnos con la quintaesencia de la fotografía postmoderna donde todo parte de una idea/concepto brillante y la *performance* se entrevera con la fotografía en una trenza de teatralidad e iconicidad. La cámara, el cuadro fotográfico y el cuerpo de Sherman son los escenarios para épicas que resultan, a un tiempo, familiares y sorprendentes.

⁶²⁹ Artículo *Cindy Sherman, la niña de los disfraces* por Óscar Colorado. Agosto 2012.

⁶³⁰ Buccino, Maria Aldana. Artículo de investigación. *Sherman: retratos del ser*. Creación y Producción en Diseño y Comunicación N°68. Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina.

3.4.3. LEIGH BOWERY: ARTISTA PERFORMER

El artista, performer y diseñador australiano Leigh Bowery se imponía la tarea de convertirse en obra de arte de la manera más estridente posible. Sus provocaciones visuales calaron en la cultura underground londinense de los años ochenta y han servido de inspiración a los diseñadores Alexander McQueen y John Galliano, al cantante Boy George, a Antony Hegarty de Antony and the Johnsons...⁶³¹ Moda, baile, performances, disfraces pocas veces expuestos, películas, fotos, vídeos, revistas. Ideaba y confeccionaba sus modelos, trabajaba pensando en su cuerpo como material maleable. Con atuendos de látex negro modificaba el tamaño y la forma de su anatomía; cualquier objeto (una calavera, un casco de acero, la taza del váter) le servía para sabotear el glamour.



Figura 266. Maquillaje recargado, estructuras artísticas llevadas como trajes de moda e incluso, máscaras y prótesis faciales acompañaron la imponente figura de Bowery.

⁶³¹ Helena Celdrán. Artículo *Leight Bowery, el “performer” que utilizaba su cuerpo como lienzo*. Diario 20 minutos. Octubre 2010.

Me gusta hacer lo contrario de lo que la gente espera, declaraba⁶³². Bowery exploró en sus intervenciones artísticas el sadomasoquismo, la experiencia extrema e inusual. Causar incomodidad y traspasar los límites sociales le servía para combatir el conformismo.

Era verdaderamente impactante ver cómo metía todas sus redondeces en unos trajes tan imposibles que le hacían tomar formas de lo más extravagante. Su genio le permitió experimentar con la moda, el espectáculo, el teatro, la música y hasta su propio dolor, yendo mucho más allá de la mera provocación punk previa a sus años de éxito. Hasta el pintor Lucien Freud estaba fascinado con su figura, que pintaba desnuda y natural muy alejada de su imagen habitual del icono que era.

El caso es que un personaje que vivió tan intensamente y puso un punto y aparte en la cultura pop londinense, gay y no gay, no podía dejar indiferentes a las generaciones venideras. Quizá su mayor admirador en la actualidad sea Gareth Pugh, que lleva varias temporadas homenajeando a Bowery en cuerpo y alma⁶³³.



Figura 267. Piezas de la colección primavera-verano del 2007, Gareth Pugh.

⁶³² Helena Celdrán. Artículo publicado en el periódico 20 minutos. (11/10/2012). *Bowery, el performer que utilizaba su cuerpo como lienzo*.

⁶³³ Ana Serrano. Artículo publicado en la revista online Soitu.es. (05/10/2009). *La herencia que dejó Bowery*.

En su última colección presentada en París sigue haciendo de las suyas aunque ya ha aprendido a prescindir del látex y empieza a hacer patrones menos teatrales. Su compatriota Alexander McQueen, le hizo un homenaje en su colección de otoño-invierno del 2009, puro Leigh Bowery tanto en la presentación como en las prendas en sí.



Figura 268. Piezas de la colección primavera-verano de McQueen 2009.

Es Lady Gaga otra seguidora más de Bowery, una explosión de modelos imposibles y semi travestis en sí misma. Su peluquero oficial, Charlie Le Mindu, estilista de las celebrities más vanguardistas, es otro gran fan del mito como demuestran sus habituales peinados. Con más fantasía que funcionalidad, su estilo derrocha creatividad por los cuatro costados. Más fans de Bowery sobre la *London Fashion Week* son su coetánea Pam Hogg, que volvió a las pasarelas el verano pasado con una colección 100% 80's y

que bebía directamente de la estética de aquellos tiempos. Ya para la próxima primavera hemos visto hace muy poquito a otros británicos inspirados por el artista: Jeremy Scott muy colorido y troglodita, Henry Holland con sus sempiternos disfraces, Mary Katrantzou selvática y excesiva...



Figura 269. Piezas de la colección primavera-verano del 2010 de Jeremy Scott.



Figura 270. Piezas de la colección primavera-verano del 2010 de Henri Holland.



Figura 271. Piezas de la colección primavera-verano 2010 de Mary Katrantzou.

El mundo editorial también recuerda a Leigh Bowery, más o menos obviamente. Empezando por lo más llamativo, la cantante de Gossip, Beth Ditto es una suerte de Bowery contemporáneo⁶³⁴. No sólo por su orgullosa exhibición de volúmenes sino porque le ha emulado en portadas como ésta en la revista *Love*, luciendo su cuerpo como él solía hacer.



Figura 272. Portada de la revista *Love* con Beth Ditto (2009).

⁶³⁴ Ana Serrano. Artículo publicado en la revista online Soitu.es. (05/10/2009). *La herencia que dejó Bowery*.

Otra editorial que es una oda al bondage y que recuerda levemente al legado de Bowery es la de *Dazed & Confused*.



Figura 272 A. Portada de *Dead & Confused* octubre 1993.

Y por último, la colección de la firma Petrou, donde Leigh revive en la estética de los modelos.



Figura 273. Muestra de la colección de Petruo Man primavera-verano del 2010.

3.4.4. SYLVIE FLEURY: ESCULTORA PERFORMER

La obra de Sylvie Fleury encarna el encuentro ambiguo y la interrelación entre arte y moda, creación y consumo, autoría y copia. En sus propuestas se cruzan los elementos que caracterizan la producción de masas con aquellos que definen los parámetros del lujo, y ambos a su vez con referentes extraídos de la propia historia del arte⁶³⁵. Pero en su caso, no se trata sólo de una reflexión centrada exclusivamente en la esfera de los objetos, su diseño y su circulación, sino también acerca de cómo todo este sistema aparece ligado e interactúa con el género. Las pautas y las asignaciones de lo masculino y lo femenino son abordadas por ella como un aspecto decisivo en la conformación de nuestro aparato simbólico.

A principios de los noventa comenzó a hacerse famosa con sus *shopping bags* donde distintos bolsos de marcas (recubiertos de géneros seleccionados) se desplegaban en las galerías como objetos olvidados... Fleury tradujo el consumo de la moda, junto con ese sentimiento que genera el querer tener lo último que sale, a montajes seriados de arte.



Figura 274. *Shopping Bags* installation, mixed media. *Insolence*, 2007.

⁶³⁵ Información obtenida en el artículo Sylvie Fleury. Publicado en Laboral Centro de Arte y Creación Industrial. <http://www.laboralcentrodearte.org/es/recursos/personas/sylvie-fleury>

Sus primeros trabajos, comenzando los 90's, se generaron en un ambiente de total capitalismo, donde se veía a este sistema económico como el mejor.



Figura 275. A través de la instalación *Yes to All*, Fleury critica el deseo, continuamente insatisfecho, de los ciudadanos por adquirir cada vez más objetos y más caros.

Ella misma se definió alguna vez como una *fashion victim* y en su arte se eleva, tanto física (en porte y materialidades como bronce) como icónicamente, piezas claves de la moda contemporánea como el bolso *Kelly* de Hermés, el frasco de perfume Chanel Nº5 o una botella de agua mineral Evian. Sus paletas también siempre se guiaron por aquellas que eran la tendencia del momento, o tonos de maquillaje.



Figura 276. *White gold*, trabajo realizado en el 2010 jugando con el icónico bolso Birkin de Hermès.



Figura 277. Instalación *Aura Soma* del 2002, donde Fleury juega con el icónico bote de Chanel n° 5.

3.4.5. YINKA SHONIBARE: ESCULTOR PERFORMER

Con fotografías de grandes formatos, el artista anglo-nigeriano narra su punto de vista sobre el declino del Occidente, reconstruyendo cuadros del pasado con crónica teatralidad. Se define como *un esteta con un corte subversivo*. Un artista cuya tarea es aquella de *llevar a las personas en otra parte, en un país de las maravillas creado para ellos*⁶³⁶. En su última serie de trabajos *En otra parte*, Yinka Shonibare ha imaginado un espacio lleno de pasión, dolor y nostalgia. Un teatro que describe la caída de los héroes para aludir, con una buena dosis de humor, el declino de Occidente.

Un material clave en la obra de Shonibare desde 1994 son los colores brillantes de los tejidos africanos. Introdujo originalmente para las pinturas, en lugar del lienzo, la tela de cera holandesa, rica en significados para el artista. Inspirado por los batiks⁶³⁷ de Indonesia que se producían en Europa para el mercado de África Occidental en los siglos XIX y XX, estos se han convertido en el símbolo del artista, por su compleja red de intercambios económicos e interacciones raciales (interdependencias) entre Europa, Asia y África.

Shonibare también realiza cuidadosas poses fotográficas y videos recreando célebres pinturas británicas o de la historia de la literatura, su trabajo contiene frecuentes referencias a la historia inglesa. Las obras escultóricas de Shonibare a menudo cuentan con maniqués vestidos con elaborados trajes de época, anteriores a la Revolución Francesa pero los maniqués aparecen sin cabeza.

⁶³⁶ Artículo sobre Yinka Shonibare publicado en el blog Amor Arte info. Agosto 2012.

⁶³⁷ El batik es una de las varias técnicas de teñido por reserva. Es utilizado para colorear tejidos y consiste en aplicar capas de cera sobre las regiones que no se desean teñir (zonas reservadas), fijándose las anilinas en aquellas zonas no reservadas. Este proceso se puede repetir tantas veces como se desee, lo que permite sobreponer colores, logrando con ello una muy rica variedad de matices.



Figuras 278 y 279. Muestras de la exposición *Galantería y Conversación Penal* de 2002.



Figura 280. *¿Cómo hacer estallar dos cabezas a la vez? (Damas)*, 2006 .Dos maniquies, dos pistolas, neerlandés, cera impresa textiles de algodón, zapatos, botas de montar de cuero, el zócalo.

Hace referencia a la historia del arte y a las pinturas del pintor y dibujante francés, Jean-Honoré Fragonard en particular, con sus representaciones de lujo y privilegio. Shonibare presenta cuadros escultóricos con narraciones idílicas, románticas, así como los escenarios imaginados de decadencia sexual y violencia.



Figura 281.Comparativa visual. Re-interpretación de Shonibare del 2001 a la obra *Los felices azares del columpio* también conocido en inglés como *The Swing* (*El columpio*), cuadro del artista francés Jean Honoré Fragonard icono del arte rococó, realizado en 1767.

La muerte de Marat, la muerte de Sócrates, la muerte de Nelson en Trafalgar, son representaciones artísticas del fin de vida de algunos de los grandes hombres de Europa, y ocupan un lugar en la historia de la pintura occidental. La figura de Lord Nelson reaparece, (después de un trabajo referido a él, *Nelson's Ship in a Bottle* de 2010) en la obra de Yinka Shonibare, que presenta una serie de cinco fotos tituladas *Fake Death Pictures*, definidas por el artista como *una recreación del suicidio a través de la historia de la muerte en la pintura*⁶³⁸.

⁶³⁸ Ibídem.



Figura 282. Re-interpretación de *Fake Death Picture* (2011) por Shonibare.



Figura 283. *Fake Death Picture* (1856) de Henri Wallis.

Las últimas fotografías de Shonibare, reelaboran un grabado del artista español Francisco de Goya, quien comenzó su carrea durante el siglo XVIII, el conocido Siglo de las Luces o Siglo de la Razón. En el grabado original, titulado *El sueño de la razón produce monstruos*, Goya está dormido en su escritorio, una masa ondulante de criaturas a su alrededor aumentan los temores irracionales nocturnos, en el sentido de que nos lleva a pensar realidades inexistentes, mundos imposibles, posibilidades terroríficas o teorías absurdas.



Figura 284. *El sueño de la razón produce monstruos*. Australia (2008) por Shonibare. Francisco de Goya. *El sueño de la razón produce monstruos*, grabado nº 43. *Los caprichos* (1797).

Un trabajo muy importante en la obra de este artista, es la serie de *Diary of a Victorian Dandi* de 1990, fotografías inspiradas en el estilo de vida del siglo XIX, de un caballero elegante de la sociedad. Shonibare muestra un día a día en la vida de un ficticio dandi, rodeado de amigos aduladores y concomitantes funcionarios ⁶³⁹. Las imágenes resultantes se imprimieron en un conjunto de carteles gigantes que fueron expuestas en las estaciones del metro de Londres durante un mes, llegando así a un público muy amplio y mostrando una interesante superposición con los carteles publicitarios que las rodeaban. El *Institute of International Visual Arts* de Londres, que comisionó la obra, encargó a una empresa de estudios de mercado, verificar cual era el significado para el público en general, de las fotos-carteles expuestos. La mayoría de la gente los asocio a una exhibición o a una obra de teatro, otros los relacionaron

⁶³⁹ Ibidem.

con un museo o una casa señorial. De hecho, las fotografías fueron realizadas de forma deliberadamente ambigua, en contenido y contexto, con un híbrido de estilos y referencias, desdibujando las líneas entre el arte y la fotografía comercial. Shonibare realiza una exploración del dandi vinculada a la figura histórica del icono de la moda Beau Brummel, considerado el primer dandi, o la persona que mejor representó el dandismo, el ingenioso y famoso escritor, Oscar Wilde. También nos recuerda la tendencia actual de dandismo en la cultura *Black British*, desde celebridades como el boxeador Chris Eubank y el diseñador Ozwald Boateng, con un estilo fuertemente callejero, imponen los códigos de la moda entre los jóvenes de color. En cada caso, el dandi es un *outsider* que sin embargo es admirado en la sociedad por su estilo único y por su decadencia.



Figuras 285, 286, 287 y 288. Imágenes de la serie de *Diary of a Victorian Dandi*. Chromogenic photographs. Collections of Peter Norton and Eileen Harris Norton, Santa Monica, California. (1990).

3.4.6. NICOLA CONSTANTINO: ARTISTA PERFORMER

La artista argentina Nicola Constantino ha sabido trabajar con varios lenguajes artísticos y misturarlos con virtuosismo: artes plásticas, fotografía, video, diseño de moda, etc. Con todos ellos confluye en obras de gran calidad visual⁶⁴⁰. Nicola consigue pasar del concepto al hecho; no se queda solo en ideas, sino que la plasma en reales concreciones, en las que los detalles están cuidados al extremo.

Una de las labores con la cual tuvo una gran aceptación y así pudo acceder a la escena artística mundial, fue *Peletería humana*, de 1996.



Figura 289. Piezas de la colección *Peletería humana* de 1996.

Dos años más tarde, se convirtió en la artista representante de Argentina en la Bienal de San Pablo (Brasil) -cuyo tema fue: antropofagia y canibalismo- que le abrió las puertas para otras bienales y exhibiciones por el globo. Se trató de una vidriera con veinte maniqués que portaban vestidos realizados con silicona simulando la piel humana

⁶⁴⁰ Artículo Nicola, Constantino y su otro yo publicado en el blog Crítica Arte y Moda.

(algunos tenían terminaciones en el cuello de pelo natural), también carteras y zapatos, y hasta pelotas de fútbol (todas piezas con estampados de ciertas partes del cuerpo: ombligo, ano y tetilla masculina). Para el año 2000, el MoMA aceptó para su colección el corsé de tetillas masculina.



Figura 290. Corsé de tetillas masculino de la colección *Peletería humana* de 1996.

Su labor con silicona comenzó a mediados de la década de los noventa, cuando después de su paso por el taller de Barracas, en Buenos Aires, marchó a Houston para un año con el programa de artistas *Core Program*⁶⁴¹. Allí empezó la producción de piel con este material. De adolescente trabajó con su madre en su fábrica de ropa, por lo que el dominio de la técnica del diseño lo supo despuntar aquí, donde se percibe su notable manejo del *couture*. En 2006, se adentró en el mundo de la fotografía desde donde afianzó el sentido de sus producciones en su propia imagen. Para ello, se sumergió en la historia del arte y de esta misma disciplina para apropiarse de imágenes y brindar nuevos sentidos; supo inmiscuirse en el pasado para recrearlo con cuidado perfeccionismo y con cierto grado de fidelidad.

⁶⁴¹ Artículo de investigación de Daniela Ceccato. Cuerpos encriptados: entre el ser real e irreal. Universidad de Palermo, Buenos Aires.



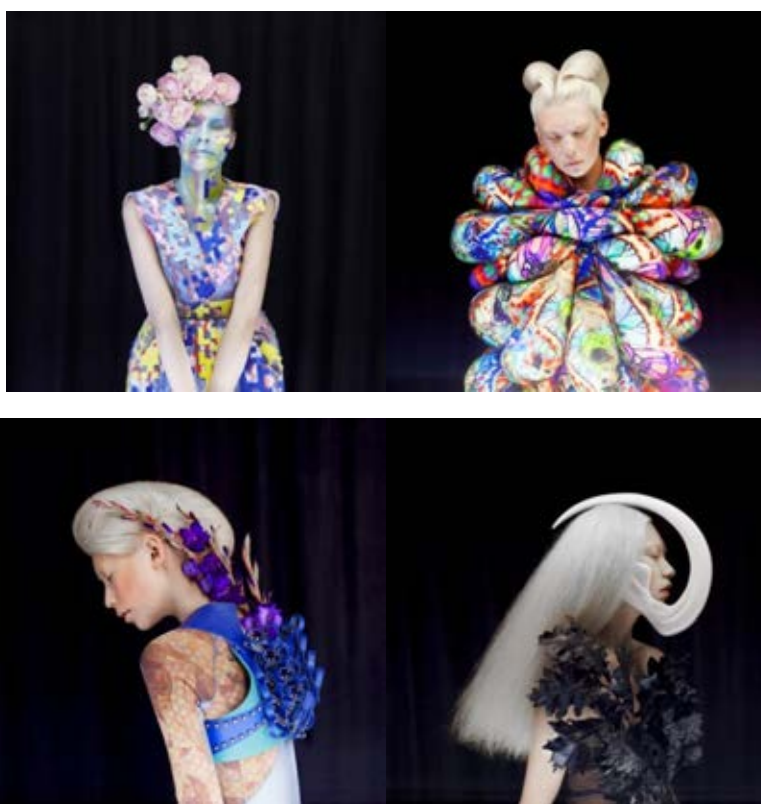
Figura 291. Fotografía de Nicola Constantino (2006) inspirada en la *Venus del espejo* de Velázquez (1647-1651).



Figura 292. Fotografía de Nicola Constantino (2006) inspirada en *La última cena* de Leonardo da Vinci (1495-1497).

3.4.7. MADAME PERIPETIE: FOTÓGRAFA

Sylwana Zybura es Madame Peripetie, directora de arte, estilista y fotógrafa alemana. Su trabajo lleva al límite la moda, la escultura y la anatomía humana a través de distintos recursos visuales como maquillaje, vestuario, elementos textiles de papel y los colores⁶⁴². Peripetie explora submundos conceptuales, abstractos y surrealistas que lleva al límite entre la moda, la escultura y el cuerpo humano, experimentando con telas y colores. Al estilo característico de Madame Peripetie, la producción juega un papel fundamental en la narrativa y estética final de la imagen. Entre sus clientes se encuentran marcas como Topshop, Canon y Swarovski. Dedicada en objetivo y obra a la moda, Madame Peripetie estudia la anatomía del cuerpo humano en sus fotografías y la reconvierte en una obra de arte. El maquillaje, la escenografía y la composición son factores claves con los que juega para llenar de surrealismo a su trabajo.



Figuras 293, 294, 295 y 296. *Dream Sequence* es un libro fotográfico multi-premiado de Sylwana Zybura de 2014.

⁶⁴² Aileen Staines, artículo Madame Peripetie Fahrenheit Magazine. Revista prensa web. Febrero 2015.

Inspirada también por el escenógrafo Rober Wilson, la ciencia ficción, el post punk y el diseño industrial, Peripetie ha logrado crear un estilo propio gracias a su indiscutible creatividad y a su capacidad de integrar en fotografías la esencia de las prendas de Alta Costura en un mundo surrealista, dónde la imaginación es la protagonista⁶⁴³.

*Las disciplinas híbridas y deformes siempre me han fascinado. Los colores saturados, personajes extraños y extravagantes. Historias inexplicables y absurdas son los elementos que me hipnotizan y sostienen mis nuevos proyectos fotográficos. Un poco de misterio y hermetismo es muy importante para llamar mi atención. No me interesan las cosas que entiendo totalmente...*⁶⁴⁴



Figuras 297, 298, 299, 300, 301 y 302. Imágenes de looks de Madame Peripetie inspirados en la escenografía de Wilson.

⁶⁴³ Ibidem.

⁶⁴⁴ Elizalde, Claudia. Artículo *El extraño mundo de Madame Peripetie*. Publicado el 12/2012 en freshlandmag.com

3.4.8. MARTIN CHURBA: DISEÑADOR DE MODA

Martín Churba, es la figura que da nombre a una casa con un estilo abarcador, que reúne una unidad de diseño textil, de objetos para vestir la casa y la consultoría de imagen y el diseño de campañas para empresas. Sus colecciones de vanguardia son presentadas en *performances* escénicas y comercializadas en los locales que su marca Tramando tiene en Argentina. Sus productos se exportan a varios países teniendo como principal destinatario a Japón. Presenta sus colecciones de indumentaria y de objetos para la casa en las más reconocidas ferias del mundo. Churba se define como un autodidacta, un buscador incansable de estampas y experimentador de texturas que creó un perchero con propuestas originales.

Vanguardia, arte y diseño. Conceptos que se unen para tramar. Martín Churba y el artista plástico y escultor Pablo Reinoso, se unieron en una aventura de diseño y arte que tiene como protagonista la colección primavera-verano 2008 de Tramando, una propuesta de investigación y descubrimiento del diseño, con textiles de nueva generación, y la narración poética que en cada oportunidad inspira a Churba a crear⁶⁴⁵.

Para *Trópico* (2008), la inspiración llega de los libros de *art nouveau* y la fotografía de un famoso biólogo, Karl Blossfeldt (1900), quien retratando especies vegetales se transformó en uno de los más curiosos creadores del *art nouveau*. La observación de la naturaleza formó parte esencial del proceso de inspiración, aunque el punto de origen lo tuvo en la inspiradora obra de un escultor contemporáneo, argentino, que actualmente vive en Francia, Pablo Reinoso, quien desarrolla una obra escultórica a partir de sillas Thonet, específicamente las “Prêt à Thonet”, sillas de vestir.

Churba invitó a su amigo Reinoso a trabajar en la cocina de la nueva colección pidiéndole, antes que nada, que le permitiera inspirarse en él y en su obra. Mutuamente

⁶⁴⁵ Artículo Creando Tramas. Publicado en el periódico La Nación, Argentina. Abril 2011.

se invitaron a visitar el mundo del otro con libertad total, y así transcurrieron los días de creación “Tramando” y “Thoneteando”.



Figuras 303 y 304. Imágenes de las piezas que Churba creó junto a Reinoso. Prêt a Thonet. 2008.

La colección de otoño-invierno del 2010 de Churba titulada *Sur*, fue desde el inicio, una colección en homenaje a Alexander McQueen. En este caso Churba utilizó bocas rojas, exageradas, tal como las presentó el fallecido diseñador británico en la temporada otoño-invierno 2009 en París. Lo más emotivo estaba por llegar: al finalizar el desfile de invierno de Tramando, Churba tomó la misma despedida que McQueen en su desfile Spring 1999: el spray con aerosol. Este desfile según palabras de Alexander McQueen fue el mejor de su carrera⁶⁴⁶.

⁶⁴⁶ Artículo El homenaje de Matín Churba a Alexander McQueen. Publicado en www.yomujer.com. 2010.



Figura 305 y 306. Final del desfile de la colección *Sur* de Churba 2010. Imagen del final del desfile de McQueen colección otoño-invierno 2009.

3.4.9. JOAN STEINER: ARTISTA Y DISEÑADORA

Este sombrero fue diseñado por la artista americana Joan Steiner a finales de los años setenta. Está hecho con telas de algodón, velo de gasa, cuentas, abalorios y arcilla. Las técnicas utilizadas para la construcción de este tocado sombrero fueron la pintura, escultura, el aplique y la costura. Se entiende que son piezas de antología, piezas únicas que marcan una época, una expresión artística y deleite de coleccionistas⁶⁴⁷.



Figura 307. Tocado-sombrero de Joan Steiner. Figura 308. Otra muestra de las creaciones de Joan Steiner, sombrero que simula una carrera.

Otra pieza estrella de esta artista, es esta capa que presentamos a continuación. Lo que más gusta es el concepto tan divertido y original de la obra, la forma en la que ha trabajado la simetría entre Manhattan y Brooklyn dejando que el Río Hudson fuera el centro de la capa y las barras simulando los muelles a ambos lados.

⁶⁴⁷ Artículo sobre Joan Steinar publicado en el blog Mujeres al borde. Abril 2013.



Figura 309. Capa de Joan Steiner. Manhattan y Brooklyn.

3.4.10. KAREN LAMONTE: ESCULTORA

Dentro de este apartado, encontramos los bellos trabajos en vidrio de molde realizado por la artista checa Karen Lamonte⁶⁴⁸. Son interpretaciones a tamaño natural de vestidos de seda o satén que recuerdan los drapeados de las esculturas griegas o romanas, en un estilo de ropa moderno naturalmente.



Figura 310. Escultura realizada por Lamonte. *Reclining Dress Impression with Drapery*. Cast glass, life size, 2007. Collection of the Renwick Gallery of the Smithsonian American Art Museum.



Figura 311. Otra de las esculturas realizadas por Lamonte para su colección *Reclining Dress Impression with Drapery*. St glass, life size, 2007. Collection of the Renwick Gallery of the Smithsonian American Art Museum.

⁶⁴⁸ Información obtenida del video: www.youtube.com/watch?v=Cfpp5XZEHJw

3.4.11. SUSIE MACMURRAY: ARTISTA PERFORMER

Susie Macmurray es una artista residente en Londres que crea vestidos a partir de materiales originales como alfileres, globos, pelotas o incluso condones. Nos ha llamado la atención por esta majestuosidad que desprenden los vestidos aun estando hechos con estos materiales *lowcost*. Su compromiso con los materiales y el cuerpo están en la esencia del trabajo de esta británica. Es una alquimista que combina materia, forma e introduce el contexto en formas aparentemente simples que estimulan asociaciones físicas y culturales⁶⁴⁹. Se ha ganado una buena reputación trabajando con diversas instalaciones y esculturas poéticas realizadas en espacios históricos. Su trabajo hace referencia a la historia de un espacio combinando particularidades. También hace unas esculturas preciosas, además de ilustraciones e incluso fotografía.



Figura 312. Vestido de novia realizado con guantes de goma blancos, en total 1.400 unidades de guantes conforman el diseño (2004).

⁶⁴⁹ Artículo sobre Susie Macmurray publicado en la web de tendencias.tv. Abril 2012.



Figura 313. Vestido llamado *Viuda*, realizado con 43 kilogramos de alfileres, simboliza el dolor de la pérdida de un ser querido (2009).

3.4.12. LI XIAOFENG: CERAMISTA Y DISEÑADOR

Xiaofeng es un artista formado en las artes del muralismo y la escultura, emplea estos conocimientos para desarrollar una serie de obras muy particulares. Éstas consisten en prendas de vestir basadas en la estructura y patronaje de uniformes y trajes chinos, pero elaborados a partir de fragmentos de porcelanas tradicionales chinas encontradas entre antigüedades y excavaciones⁶⁵⁰. Los trajes están contruidos sobre un fondo de cuero recubierto con fragmentos de porcelana que van unidos con una especie de grapas. Sus obras se exhiben en la Galería Red Gate.



Figura 314. Algunas de las muestras de las creaciones de Li Xiaofeng.

⁶⁵⁰ Artículo Lia Xiofend y sus trajes en cerámica. Publicado en el blog <http://lilondra.blogspot.com.es/2010/07/li-xiaofeng-y-sus-trajes-en-ceramica.html>.

Lacoste desafi6 al Li Xiaofeng a dise1ar dos chombas para esta serie coleccionable: una versi6n m1s "ponible" impresa en tela y otra de porcelana real, como sus esculturas habituales.



Figura 315. Lacoste cre6 en 2010 su coleccion *Holiday Collector's* la cual consta de unos 20.000 ejemplares de su polo estampado como si de una pieza real de Li Xiaofeng se tratara.



Figura 316. Lady Gaga con un traje de porcelana dise1ado por el artista en los Brit Awards, 2009.

The Metropolitan Museum of Art de Nueva York ha centrado su exposición más importante del 2015 en China, titulada *CHINA: Through the looking Glass*, desde el 7 mayo al 16 de agosto de 2015. Esta exposición, que ha tardado dos años en realizarse, organizada por el Costume Institute en colaboración con el departamento de arte asiático, explora la influencia de la estética china en la moda occidental, y como la potencia asiática ha alimentado la imaginación del mundo de la moda durante siglos⁶⁵¹. La porcelana china ha inspirado varias colecciones actuales, como es el caso de Roberto Cavalli, Alexander McQueen y Chanel.



Figura 317. Vestido de noche Roberto Cavalli, colección otoño-invierno 2005.

⁶⁵¹ Artículo publicado por Vogue México, enero 2015.



Figura 318. Vestido de noche de Alexander McQueen, otoño-invierno 2011.



Figura 319. Vestido de la colección primavera-verano de Alta Costura 1984 de Chanel por Karl Lagerfeld.

3.4.13. NICOLE DEXTRAS: ARTISTA PERFORMER

La artista y catedrática Dextras utiliza material de la naturaleza como flores, hojas, ramas, etcétera, para confeccionar moda para sus instalaciones de arte que buscan concientizar a la gente sobre el medio ambiente⁶⁵². La intención de la serie *Weedrobes* creada en 2011, fue involucrar al público en varios niveles: a través de las intervenciones de la calle, los ajustes de jardín y galería de exposiciones. Cada nueva pieza comienza como una escultura portátil construida con materiales locales y renovables de la planta. Se fotografía y luego con un modelo se presenta en un entorno urbano y ajardinado, con énfasis en el impacto de los humanos en el medio ambiente natural. La tercera etapa consiste en una intervención pública en una zona comercial, donde la prenda-usuario interactúa con los transeúntes sobre temas de bienes de consumo desechables. La escultura prenda posterior queda instalada en un jardín o parque.

La filosofía *Weedrobes* consiste en crear conciencia sobre el impacto de la industria en nuestro ecosistema y al mismo tiempo la comprensión de la compleja necesidad humana de adorno. Estos principios se basan en las experiencias personales de la artista dentro de la industria del vestido, de la fábrica al por menor, que le han llevado a concluir que, si bien puede ser poco práctico usar ropa hecha de las hojas, nuestro futuro depende de la evolución de los recursos sostenibles.

⁶⁵² Referencia realizada a la artista en el artículo publicado en <http://vidayestilo.terra.es/moda/moda-reciclable-vestidos-hechos-con-materiales-insolitos>



Figuras 320 y 321. Dos de las piezas de la muestra de *Weedrobes* 2011.

3.4.14. JUM NAKAO: ARTISTA PERFORMER

La moda muchas veces también es arte. En ese caso los diseñadores, por lo tanto, son artistas que dedican su tiempo a esculpir telas, a interpretar la realidad y a expresarse a través de prendas. Jum Nakao diseñador brasileño, es uno de estos artistas que fusionan el arte y la moda en sus creaciones.

Jum Nakao comenzó a estudiar ingeniería eléctrica pero rápidamente abandonó el curso y comenzó a pensar en una nueva forma de intervenir la realidad a través de la vestimenta. *Ahí es cuando me di cuenta de que la ropa sirve como interfase entre las personas y el mundo. Entre la piel de las personas y lo que se encuentra frente a ellos* afirmó Jum Nakao en una entrevista⁶⁵³. Visualiza la moda como un todo, una moda que se conecta con todo, con la arquitectura, paisajismo, diseño de interiores y de objetos, entre otros referentes que forman parte de su proceso creativo.

En sus creaciones, muestra referencias de diversas técnicas de creación de telas con distintos materiales y combinación de materias, como el metal, plástico, silicona, conchas de mar, perlas, resina, cintas plásticas, vidrio y goma; referencias inspiradoras para Jum de estructuras arquitectónicas, de artesanías basadas en la naturaleza y reflejadas en telas que aluden por ejemplo a la piel del cuerpo y peces, texturas, teñidos, cortes, bordados, plisados, ilustraciones en 3D e impresiones, efectos y procesos como el devoré y el trabajo con volumen, entre otras técnicas que ayudan a la deconstrucción del lenguaje y construcción de significados para la creación del proyecto de diseño.

Lo más importante es comprender que técnicamente no hay limitación, no hay falta de recursos, y lo que podemos crear es el resultado directo de cómo combinamos las materias de acuerdo con el objetivo que tenemos. Hoy, no hay un límite claro entre arquitectura, moda y diseño, es más, se retroalimentan, comentó el profesional del

⁶⁵³

diseño en una de sus múltiples conferencias en la Escuela de Diseño de vestuario y Textiles del Pacífico en Chile⁶⁵⁴.

Una de las colecciones más particulares de Jum Nakao está construida enteramente de papel. Al preguntarle al diseñador a acerca de la inspiración para su colección, responde que *él es sólo el cómplice de una intuición, siguiendo la línea de las mitologías de otras eras en las que el artista era simplemente el canal de su musa*⁶⁵⁵.

Por una parte dominar el arte de crear patrones es en sí mismo un gran reto. Ser capaz de crear un modelo tridimensional a partir de un trozo de papel plano y blanco requiere técnica, pero sobre todo requiere visión. Nakao ha hecho de sus diseños experiencias artísticas, que no sólo sorprenden sino que comunican creatividad y una nueva forma de producir moda. Sus procesos se caracterizan por la investigación y uso de nuevas herramientas, que permitan mejorar la producción a partir de la reducción de recursos, reutilización de los mismos y respeto por las criaturas vivas, aspectos que retoma gracias al budismo japonés y el concepto del *Mottainai* que en la actualidad se ha promovido como sinónimo de la expresión *reduce, reutiliza, recicla*, y que está relacionado con la responsabilidad de cada ser humano de respetar el planeta desde la moderación y la conservación.

⁶⁵⁴ Entrevista realizada el 30 de abril del 2012 y publicada en el blog: <http://lacosturadeloinvisible.blogspot.com.es/>

⁶⁵⁵ Ibidem.



Figura 322. Muestras del desfile de la colección primavera-verano 2004. *Fashion Week* São Paulo.



Figura 323. Muestras del desfile de la colección primavera-verano 2004. *Fashion Week* São Paulo.

Jum Nakao encontró en el papel, un material que usamos constantemente, una materia prima para realizar una verdadera obra de arte. *No importa el material con que esté hecha la pieza. La idea del proyecto era demostrarle a las personas que en ocasiones hay que reevaluar sus valores* explicó Jum Nakao demostrando que detrás de un “simple” desfile, detrás de cada prenda que se ve sobre una pasarela, hay un concepto, una idea y una explicación. La moda no es exclusivamente tendencia, es una verdadera forma de expresión.

3.4.15. ISABEL ULZURRUN: ARTISTA PERFORMER

Por último dentro de la constelación del Arte y bajo el título de *Anima mundo, ánimo* presentamos la obra de la madrileña Isabel Ulzurrun, quien reunió sus piezas blandas, de aspecto efímero y vulnerable en la pasada exposición en Valladolid. Una fragilidad que comparten no sólo sus obras de pequeña escala (como unas gafas creadas con tarlatana, organza, hilo, acrílico y barniz, y que ella llama *Según como se mire*), sino también las de gran tamaño, como *Tejiendo memoria*, una instalación multicolor de 18 metros de largo y cinco de ancho realizada específicamente para la exposición de Valladolid. *Tardé un año en terminar Tejiendo memoria, una obra en la que han colaborado 73 personas. Cada una debía tejer alguna de las piezas hasta completar la instalación. La acción de tejer es muy meditativa. Al ser muy mecánica vienen los pensamientos más insospechados y ahí surge la memoria. Distribuí 35 patrones a mujeres, amigas, madres y tías de amigas, para que los tejieran y luego, como no quería convertir la obra en asunto de géneros, busqué a hombres que vinieran a unir las piezas a mi estudio. Ha sido un experimento colectivo, muy emocionante*, comentó la artista⁶⁵⁶. Un total de 77 piezas (con formas de vestidos, corsés, cubos...) que la artista define como "arquitecturas", realizadas con materiales pobres (organza, hilo, tarlatana, plástico, lana...).

Es evidente que su trabajo se instala, en el uso de la tela y las costuras, como anteriormente hicieron otros artistas, como Kusama, Shonibare, etcétera. Esto la conduce a lo que se puede concebir como textura textil actual, donde se hace uso de un repertorio de materiales empleados por el arte moderno que son sólo vehículo para comunicar⁶⁵⁷. Por dar protagonismo al vestido como soporte creativo, no hace más que

⁶⁵⁶ Artículo publicado el 13 de noviembre del 2004 en El País. *Isabel Ulzurrun reúne sus esculturas blandas y abstractas*.

⁶⁵⁷ Casablanca, Luis: *La moda como disciplina artística en España: Jesús del Pozo y la generación de nuevos creadores en España*. Pág.188.

hablar del cuerpo, aquel que no tiene sentido sin la existencia de este. Es evidente que el vestido, parte funcional, destinada a que el cuerpo habite dentro de él, es un signo comunicador y simbólico. La eficacia de estos aspectos exige una capacidad para compatibilizar la comunicación y la funcionalidad.

Los vestidos de Isabel Ulzurrun, como elementos plásticos constituyen encarnaciones metafóricas muy diversas. En el caso el vestido, adquiere casi valor de escultura independiente del portador del mismo. Cualquier traje ceremonial es un traje cargado de simbolismo, los trajes que son materia de construcciones plásticas no pierden esa categoría, involucran al espectador y el espacio invita a una mirada cargada de reflexión.

En definitiva estos trajes, vestidos, corsés nos transmiten los sentimientos de otros sujetos, pero sobre todo nos hablan de la incertidumbre de unos cuerpos ausentes. Será por eso precisamente que el vestido es un acontecimiento ligado a nuestro acontecer cultural que nos acompaña en el transito vital para no abandonarnos nunca.⁶⁵⁸



Figura 324. *Para Júpiter*, obra de Isabel Ulzurrun expuesta en Constelación Arte, en Valladolid.

⁶⁵⁸ Casablanca, Luis: *La moda como disciplina artística en España: Jesús del Pozo y la generación de nuevos creadores en España*. Pág.189.

3.5. LOS DISEÑADORES ENTRAN EN LOS MUSEOS

Anteriormente citamos que en la exposición *Savage Beauty* de McQueen celebrada en el año 2013 en el Museo Metropolitano de Nueva York nadie esperaba su éxito, finalmente terminó siendo la octava de las diez exposiciones más vistas en la historia de este Museo. Actualmente, esta exposición abandona su ubicación en los archivos de Metropolitano para llegar al Victoria & Albert de Londres, donde el espectador tiene la posibilidad de acudir de nuevo al encuentro con el genio de la Alta Costura.

Este fenómeno debe su éxito a Diana Vreeland, la mujer que inició el cambio en la forma de presentar la moda en los museos. Fue la encargada de darle un vuelco a la manera de concebir el traje, proyectándolos en los museos de una manera distinta. Cambió la forma de mostrar las impresionantes colecciones que poseía el Metropolitano en aquellos años.

Fue la museología italiana la que continuó con la labor iniciada por Vreeland⁶⁵⁹. Las exposiciones de moda se concibieron desde sus inicios como exposiciones temporales, fueron realizadas partiendo desde la seriedad de los criterios expositivos, distinguiéndose en estos primeros reconocimientos a la moda que se quería resaltar: al modista, al diseñador, al traje, los tejidos, etcétera. Sus exposiciones pasaron a ser legendarias como la de Pucci, organizada en la Sala Blanca del florentino Palazzo Pitti, dentro de la Bienale de Moda e Costume, en el año 1997. Para cuyo montaje expositivo se contó con un arquitecto, diseñador de escenografías y director de ópera Pier Luigi, quien creó un espacio expositivo inolvidable. El resultado fue la recreación más veraz del universo Pucci fuera de las pasarelas, revistas de moda y tiendas de la casa Pucci⁶⁶⁰.

⁶⁵⁹ Roger Salas. *El arte de la Alta Costura convierte a los museos en grandes escaparates*. Artículo publicado en El País. Agosto del 2001.

⁶⁶⁰ Ibídem.

Pier Luigi Pizzi concibió este esquema expositivo como una relación simbólica entre las aspiraciones de una exposición artística, un museo, una pasarela y el observador dando en la diana al recrear en esta exposición al *fashion victim* ideal.

Tras las primeras exposiciones temporales de moda, si inició una carrera de supervivencia en la que proliferaron dichas exposiciones basándose en diseñadores, creadores, épocas y tejidos, para convertirse en un auténtico centro de interés de la vida social, y para ello con frecuencia el museo tradicional hubo de abandonar su cómoda función de recuperar el pasado para lanzarse a la aventura del futuro de la mano de las exposiciones temporales de moda. Es de este modo como llegamos a la museografía moderna, aquella capaz de liberarse de la ortodoxia intrínseca al museo y sus exposiciones, permitiendo esta convivencia.

Para apoyar esta teoría sólo bastaría con recordar las exposiciones temporales de moda desarrolladas en el Metropolitan de Nueva York en el año 1973, y entre las que se incluyó una dedicada al maestro Balenciaga; la de 1985, en el Museo de los Tejidos de Lyon; la de la Fundación Mona Bismarck Foundation, en 1994, o la de Christian Dior en el Metropolitan en el 1995. Tímidamente la moda se ha ido consolidando como una disciplina artística más, y su entrada a los museos ha significado el empuje necesario para quitarse esa imagen de frivolidad que se le atribuye. La impresionante colección de Cristian Dior en el Pushkin de Moscú, Giorgio Armani en el Museo Guggenheim, la visión futurista de Yohji Yamamoto en Museo Victoria y Alberto de Londres, la rebeldía de Jean Paul Gaultier en el Bellas de Montreal, Yves Saint Laurent en la Fundación Mapfre de Madrid, Givenchy en el Thyssen Bornemisza, Elio Benhanyer en el Museo del Traje de Madrid, Pertegaz en el Museo Nacional Centro de Arte de Reina Sofía, Hussein Chalayan y Dries Van Noten en el Museo de Artes Decorativas de París, y un largo etcétera forman grandes triunfos museísticos.

Para completar este apartado dedicado a las exposiciones hemos realizado dos cuadros informativos (véase cuadro nº 1 y cuadro nº 2) sobre muchas de las exposiciones llevadas a cabo en el ámbito internacional y nacional. De esta forma seremos conscientes de los muchos espacios y tiempos que han sido dedicados desde los museos y galerías a esta disciplina.

Cuadro nº3.1. Listado de exposiciones internacionales.

Exposiciones internacionales			
FECHA	AUTOR	LUGAR	TÍTULO
1990	PIERRE CARDIN	MUSEO VICTORIA & ALBERT DE LONDRES	<i>PIERRE CARDIN: PASADO, PRESENTE Y FUTURO</i>
1992	BALENCIAGA	NATIONAL GALLERY OF VICTORIA, MELBOURNE	<i>BALENCIAGA: MASTERPIECES OF FASHION DESIGN</i>
1994	MONA BISMARCK, BALENCIAGA, CECIL BEATON	MONABISMARCK FOUNDATION PARÍS	<i>MONA BISMARCK, BALENCIAGA, CECIL BEATON</i>
1995	CHRISTIAN DIOR	MET	<i>DIOR</i>
1997	PUCCI	PALAZZO PITTI FLORENCIA	<i>EMILIO PUCCI</i>
2002	PIERRE CARDIN	PARÍS	<i>ESPACE ÉVOLUTION PIERR CARDIN</i>
2005	HUSSEIN CHALAYAN	MUSEO GRONINGREN HOLANDA	<i>RETROSPECTIVA</i>
2006	CRISTÓBAL BALENCIAGA	GETARIA SAN SEBASTIÁN	<i>BALENCIAGA: EL LUJO DE LA SOBRIEDAD</i>
2006	CRISTÓBAL BALENCIAGA	LES ARTS DÉCORATIVES, PARÍS	<i>BALENCIAGA PARÍS</i>
2006	CRISTÓBAL BALENCIAGA	MEADOWS MUSEUM NEW HAVEN	<i>TEXAS: BALENCIAGA AND HIS LEGACY</i>
2008	VIKTOR & ROLF	GALERÍA DE ARTE BARBICAN LONDRES	<i>THE HOUSE OF VIKTOR & ROLF</i>
2009	HUSSEIN CHALAYAN	DESING MUSEUM DE LONDRES	<i>RETROSPECTIVA</i>
2010	DOLCE AND GABBANA	PALAZZO MARINO MILÁN	<i>D&G VICTIM. 20 YEARS OF DOLCE AND GABBANA</i>
2010	CRISTÓBAL BALENCIAGA	QUEEN SOPHIA SPANISH INSTITUTE, NUEVA YORK	<i>BALENCIAGA: SPANISH MASTER</i>
2001	CRISTÓBAL BALENCIAGA	YOUNG FINE ARTS MUSEUM OF SAN FRANCISCO	<i>BALENCIAGA AND SPAIN</i>
2011	ALEXANDER MCQUEEN	MET	<i>SAVAGE BEAUTY</i>
2012	ROBERTO CAPUCCI	MUSEO CAPUCCI FLORENCIA	<i>LA RICERCA DE LA REGALITÀ</i>
2012	MIUCCIA PRADA	MET (INSTITUTO DEL TRAJE DEL METROPOLITANO DE NUEVA YORK)	<i>IMPOSSIBLE CONVERSATIONS</i>
2012	LOUIS VUITTON	LES ARTS DÉCORATIVES	<i>LOUIS VUITTON/MARC JACOBS</i>

		PARÍS	
2012	VALENTINO	SOMERSET HOUSE DE LONDRES	<i>VALENTINO: MASTER OF COUTURE</i>
2013	EXP. COLECTIVA: DOLCE AND GABBANA, GALLIANO, MCQUEEN, LARGERFELD,ETC.	MET DE NUEVA YORK	<i>PUNK: CHAOS TO COUTURE</i>
2013	EXP. COLECTIVA:BLAH NIK, LOUBOTIN,ETC.	FIT (FASHION INSTITUTE OF TECHNOLOGY) NUEVA YORK	<i>SHOE OBSESSION</i>
2014	BLAHNIK, VAN HERPER, PRADA, SCHIAPARELLI, EXP.COLECTIVA	BROOKLYN MUSEUM NUEVA YORK	<i>KILLER HEELS: THE ART OF THE HIGH-HEELED SHOE</i>
2014	DOLCE AND GABBANA, PUCCI, VALENTINO, CAVALLI,ETC.	VICTORIA AND ALBERT MUSEUM LONDRES	<i>THE GLAMOUR OF ITALIAN FASHION 1945-2014</i>
2014	VIKTOR & ROLF	ROTTERDAM	<i>THE FUTURE OF FASHION IS NOW</i>
2014	DRIES VAN NOTEN	LES ARTS DÉCORATIVES PARÍS	<i>INSPIRATIONS</i>
2014	COCO CHANEL	MUSEO MUNICIPAL DE LA HAYA	<i>CHANEL, LA LEYENDA</i>
2014	GUCCI	CENTRO COMERCIAL JK IGUATEMI, SAO PAULO	<i>FOREVER NOW</i>
2014	MARTIN MARGIELA	MUSEO DE LA MODA DE AMBERES	<i>RETROSPECTIVA</i>
2014	OSCAR DE LA RENTA	GEORGE W. BUSH PRESIDENTIAL CENTER DALLAS (TEXAS)	<i>OSCAR DE LA RENTA: CINCO DÉCADAS DE ESTILO</i>
2014	LORENZO CAPRILE	ANTIGUO HOSPITAL SANTA MARÍA LA RICA	<i>LORENZO CAPRILE: VISTIENDO EL TEATRO</i>
2015	JEANNE LANVIN	MUSEO GALLIERA, PARÍS	<i>RETROSPECTIVA</i>
2015	DRIES VAN NOTEN	MOMU AMBERES	<i>INSPIRATIONS</i>
2015	YVES SAINT LAURENT	FUNDACIÓN PIERRE BERGÉ- YVES SAINT LAURENT, PARÍS	<i>LOS CUARENTA</i>
2015	REI KAWAKUBO	GALERÍA LIVES ARCHIVES	<i>RED COMME DES GARÇONS</i>
2015	GIVENCHY	PALACIO DE CADAVAL, LISBOA	<i>UNFORGETTABLE WEDDING GOWNS</i>
2015	COCO CHANEL	SAATCHI GALLERY LONDRES	<i>MADemoiselle PRIVÉ</i>
2015	EXP.COLECTIVA:	MUSEO DE	<i>FASHION MIX: MODA DE</i>

	RABANNE, BALENCIAGA, ALAÏA,ETC.	HISTORIA DE LA INMIGRACIÓN PARÍS	<i>AQUÍ</i>
2015	ALEXANDER MCQUEEN	VISTORIA ALBERT MUSEUM. LONDRES	<i>SAVAGE BEAUTY</i>
2015	JEAN PAUL GAULTIER	GRAN PALACIO DE PARÍS	<i>FROM THE SIDEWALK TO THE CATWALK</i>
2015	KARL LAGERFELD	BUNDESKUNSTHAL LE DE BONN	
2015	LOUIS VUITTON	SOMERSET HOUSE LONDRES	<i>LOUIS VUITTON SERIES 3 EXHIBITION</i>
2015	YOHI YAMAMOTO	SHOWSPACE LIVE ARCHIVE	<i>SS83</i>
2015	EXPOSICIÓN COLECTIVA: POIRET, VUITTON, SAINT LAURENT, ETC.	MET DE NUEVA YORK	<i>CHINESE WHISPERS: TALES OF EAST IN ART, FLIM AND FASHION</i>
2015	CHRISTIAN DIOR	MUSEO CHRISTIAN DIOR GRANDVILLE, FRANCIA	<i>MISS DIOR</i>
2015	CHRISTIAN DIOR	SHANGAI	<i>EL TEATRO DE CHRISTIAN DIOR</i>
2015	CHRISTIAN DIOR	SEÚL, COREA Y TOKIO	<i>ESPRIT DIOR</i>
2015	CHRISTIAN DIOR	ULLENS CENTER FOR CONTEMPORANY ART, PEKÍN	<i>MISS DIOR</i>
2015	OSCAR DE LA RENTA	SCAD GALLERIES	<i>OSCAR DE LA RENTA: HIS LEGENDARY WORLD OF STILE</i>
2015	LOUIS VUITTON	PALAZZO RUSPOLI ROMA	<i>SERIES 2</i>
2015	TOM FORD Y GALLIANO	FIT ((FASHION INSTITUTE OF TECHNOLOGY) NUEVA YORK	

Fuente. Elaboración propia.

Cuadro nº3.2. Listado de exposiciones nacionales.

Exposiciones nacionales			
FECHA	AUTOR	LUGAR	TÍTULO
1973	BALENCIAGA	MET (MUSEO DEL TRAJE METROPLITAN DE NUEVA YORK	<i>THE WORLD OF BALENCIAGA</i>
1984	BALENCIAGA	PALACIO DE BELLAS ARTES DE MADRID	<i>EL MUNDO DE BALENCIAGA</i>
1985	BALENCIAGA	MUSEO HISTÓRICO DEL TEXTIL	<i>HOMAGE À BALENCIAGA</i>
1987	BALENCIAGA	FOUNDATION DE LA MODE, TOKIO	<i>CRISTÓBAL BALENCIAGA</i>
1987	BALENCIAGA	GETARIA, DONOSTIA SAN SEBASTIAN	<i>HOMENAJE INTERNACIONAL CRISTÓBAL BALENCIAGA</i>
1999	CRISTÓBAL BALENCIAGA	BURGOS	<i>BALENCIAGA</i>
2000	CRISTÓBAL BALENCIAGA	MUSEO NACIONAL DE ESCULTURA	<i>CRISTÓBAL BALENCIAGA</i>
2001	PACO RABANNE	BURGOS	<i>PACO RABANNE, TRAYECTORIA</i>
2001	CRISTÓBAL BALENCIAGA	INSTITUTO VALENCIANO DE ARTE CONTEMPORÁNEO	<i>CARTA DE AMOR A CRISTÓBAL BALENCIAGA</i>
2004	DAVID DELFÍN	CAC MÁLAGA	<i>CUERPO EXTRAÑO</i>
2006	CRISTÓBAL BALENCIAGA	GETARIA SAN SEBASTIÁN	<i>BALENCIAGA: EL LUJO DE LA SOBRIEDAD</i>
2001	GIORGIO ARMANI	GUGGENHEIM BILBAO	<i>ARMANI</i>
2002	ROBERTO CAPUCCI	REAL ARMERIA DE MADRID	<i>VESTIDOS Y ARMADURAS</i>
2009	MURAKAMI	GUGGENEIM BILBAO	<i>ARTE ASIÁTICO</i>
2011	YVES SAINT LAURENT	FUNDACIÓN MAPFRE MADRID	<i>YVES SAINT LAURENT</i>
2011	DAVID DELFÍN	CAIXAFORUM MADRID	<i>LA CREATIVIDAD COMO HERRAMIENTA DE INTEGRACIÓN SOCIAL</i>
2012	JEAN PAUL GAULTIER	FUNDACIÓN MAPFRE MADRID	<i>UNIVERSO DE LA MODA: DE LA CALLE A LAS ESTRELLAS</i>
2013	DAVID DELFÍN	FRESH GALLERY MADRID	<i>INTERIORES</i>
2013	CRISTÓBAL BALENCIAGA	BARCELONA	<i>BALENCIAGA Y LA ALTA COSTURA</i>

2013	EXP.COLECTIVA: RABANNE, SAINT LAURENT, MCQUEEN, ETC.	MUSEO DEL TRAJE MADRID	<i>LA MODA IMPOSIBLE</i>
2013-2015	CRISTÓBAL BALENCIAGA	MUSEO BALENCIAGA GETARIA	<i>CRISTÓBAL BALENCIAGA, UN LEGADO ATEMPORAL</i>
2014	GIVENCHY	THYSSEN BORNEMISZA MADRID	<i>RETROSPECTIVA</i>
2014	MANUEL PIÑA	MUSEO DEL TRAJE, MADRID	<i>MANUEL PIÑA: DISEÑADOR DE MODA 1944-1994</i>
2015	IRVING PEN, MARIO TESTINO Y TIM WALKER	THYSSEN BORNEMISZA MADRID	<i>VOGUE: LIKE A PAINTING</i>
2015	MANUEL PERTEGAZ	MUSEO DEL TRAJE MADRID	<i>EL MODISTO ETERNO</i>
2015	CRISTÓBAL BALENCIAGA	MUSEO DEL TRAJE MADRID	<i>LA VISIÓN DEL GENIO, LA TÉCNICA DEL MAESTRO.</i>
2015	COCO CHANEL	CASA LIS SALAMANCA	<i>COCO CHANEL Y SUS AMIGOS</i>

Fuente: Elaboración propia

Existen afirmaciones que no todo es la atracción del museo hacia la sociedad, sino, por el contrario, que el público acude al museo con voluntad de conocer su identidad y en el deseo ferviente de conservar su autenticidad frente a los profundos cambios tecnológicos y sociales que se están dando.

Los museos se convierten en un lugar de encuentro, según el profesor de arquitectura Miguel Ángel del Val, los museos antes solo eran espacios para actitudes militantes. Después pasaron a ser espacios para los visitantes. Y en la actualidad lo que se busca es a los participantes. El visitante del museo se encuentra con un espacio físico en el cual se le proponen distintas opciones respecto a su posibilidad de percepción e interpretación de un determinado objeto o conjunto de vestidos. Ello ocurre a través de las diversas relaciones que vinculan a ese soporte con el contexto en el que se lo exhibe y con las cuales, se van construyendo las diversas propuestas comunicativas. El contexto de un objeto en una exhibición estará constituido por cada una, y por su despliegue, de las entidades icónicas, indiciales y simbólicas percibibles simultánea o secuencialmente con la percepción del propio objeto. Por lo mismo, se parte también de la hipótesis, consecuente con la anterior, de que un objeto no tiene un significado único ni sustancial, ni en la sociedad que lo utiliza, ni en la exhibición en que se muestra, sino que en tal objeto confluyen aquellos significados que es posible establecer mediante las distintas relaciones que pueden identificarse con los diferentes elementos ya bien del contexto social al que pertenece (lo que puede resumirse como su construcción en el discurso social), ya bien del de exhibición, desfile, pasarela, editorial en que se le muestra. Este proceso se llevaría a cabo en lo que Pierce llamó terceridad, último nivel o momento antes de que el significado de la imagen se llegue a establecer en la mente del individuo.

Se ha de reconocer que la cultura del espectáculo y medios de comunicación se ha incorporado en numerosas ocasiones a los museos de la mano de la moda, ya sean los de arte antiguo, moderno o contemporáneo, si no, cómo serían posibles desfiles de moda en las salas de los museos (recordemos el realizado por Chanel en el Museo de Arte Contemporáneo de París).



Figura 325. Desfile de la colección primavera-verano del 2014 Chanel en el Museo de Arte Contemporáneo de París.

Los medios de comunicación difunden los acontecimientos sociales y culturales a través de espacios específicos para ello, y así el mundo de la cultura está actualmente al alcance de todos, de manera que gracias a estos medios, los museos y las exposiciones temporales, sean del tipo que sean, han pasado a suponer un tipo de ocio, tal vez de fin de semana⁶⁶¹. Lo que permite que solo con la excusa de visitar una exposición de moda, el público pueda verse subyugado por el arte acogido en los Museos.

⁶⁶¹ Mata Torrado, F. M. *Las exposiciones temporales de moda*. Revista Museo. VI Jornadas de Museología.

Son frecuentes los dosieres en periódicos y telediarios informando puntualmente de todos los eventos culturales y es en estos espacios donde se presta atención a la moda. Ya se ha hecho habitual el incorporar calendarios de moda en estos medios, y el espacio que se dedica a la misma es compartido por el arte y la moda. Este espacio es cada vez mayor, abarcando incluso grandes titulares de información. Si hasta hace unos años solamente se le dedicaba un 2% a las referencias de moda y cultura⁶⁶², hoy en día es frecuente encontrar este tipo de noticias a través de las exposiciones y actividades como parte integrante del sistema de información del ocio, sin olvidar que, pese a todo, entre cultura y moda la información gráfica y televisiva recurrirá antes a la moda.

Este fenómeno beneficiará a la cultura, el arte y los museos, puesto que conlleva una política de difusión que no ha de asumir el museo por sí mismo, cuando de exposiciones temporales de moda se trata, ya que este tipo de exposición hace que puntualmente los medios de comunicación conozcan todo lo referente a sus movimientos en los museos, propiciando de este modo el acercamiento de todo tipo de público a los mismos. La financiación de estos museos es otro de los planteamientos que construyen otro sólido argumento a la hora de llevar la moda a los museos. Uno de los ejemplos es el Costume Center (actualmente llamado Anna Wintour Costume Center). Este espacio museístico pertenece al Metropolitan de Nueva York pero siempre ha sido independiente. *Es la industria de la moda quien financia todas las actividades. Tienen una enorme capacidad de recaudar fondos* recordaba Guillermo Osma (importante galerista) en el marco del IX Congreso de Moda de la Universidad de Navarra en 2014.

Si el rechazo a las exposiciones de moda en los museos sigue existiendo, por parte de un sector social que considera al museo como un santuario para reproducir a distancia el arte, es verdad también que en España una generación de museos que definen hitos a

⁶⁶² Ibidem.

este respecto, al haber sido capaces de combinar la tradición de las ideas nuevas con el germen de la definición de arte actualmente.

El museo ha encontrado un camino para integrarse en el futuro sin perder el pasado con la adaptación de espacios cambiantes en permanente transformación: las salas de exposiciones temporales, en donde se llevan a cabo programas de actualización artística y cultural derivados de la moda. Viéndose enriquecida por el talento de escenógrafos y diseñadores de exposiciones como Robert Wilson⁶⁶³.

Las dos corrientes que asumen las exposiciones de moda se basan en propuestas como las de Lipovetsky, que muestran la idea de que el museo puede aportar su espacio a la moda como “cultura de conservación”, transformando a este tipo de exposición en un modo de patrimonio artístico que ha de ser protegido y conservado, pero que es entendido sólo y exclusivamente como un producto etnográfico y etnológico, cualidades que dotan a las exposiciones temporales de moda de su carácter cultural.

La otra corriente es la que se fundamenta en las teorías de T. Sola⁶⁶⁴, y que se fundamenta en el hecho de que la verdadera esencia del museo es la transmisión de información, que no debe basarse exclusivamente en el objeto como potencial cultural, sino en su transmisión intelectual, lo que hacen de manera globalizadora las exposiciones temporales de moda.

Pero, verdaderamente, el cambio de mentalidad en lo que respecta a las exposiciones temporales, atractivas para las nuevas generaciones, fue propuesto por Umberto Eco como varias alternativas al museo tradicional, las cuales llegaron a ser una realidad de la mano de las exposiciones temporales de moda. Como en el caso del denominado museo móvil, con montaje de reproducciones de los originales, paneles insertados y de fácil

⁶⁶³ Es un director estadounidense de escena de vanguardia y dramaturgo, una persona polifacética en el mundo teatral.

⁶⁶⁴ Sola, T. *Concepto y naturaleza de la Museografía*. Editorial Tribuna Libre. 1996.

traslado o el museo lúdico, con espacios convertidos en muestras temporales cuyos objetivos son manipulados por los visitantes.

Lo más interesante es que gracias a las exposiciones de moda y a estas alternativas de integración en el museo se ha canalizado todo un sistema de relación cultural exposición temporal de Moda-Museo-Público.

Todo este corpus se desarrolla en base a dos teorías estéticas de la modernidad expositiva; una, la que interpreta la intervención de la moda y sus canales en la configuración de la vida cotidiana, en la que hay que incluir no sólo la moda, sino también otros aspectos que le son propios como lo social y lo político y en la que también hay que incluir al museo, y otra, de la estética evolutiva, que se transforma ante los acontecimientos, y cuyo arte se contempla como una utopía de su propia realización.

En definitiva y dando respuesta a una de nuestras hipótesis, la sociedad actual sólo tiene posibilidades en el presente, pero el museo aporta no sólo la modernidad, sino la conjugación de elementos anteriores que son retazos de nuestra cultura pasada unida al futuro. A pesar de que la sociedad puede moverse, el museo nunca debe perder su peculiaridad como lugar de encuentros culturales, y eso se ha logrado gracias a las continuas y sorprendentes exposiciones de moda como las citadas anteriormente.

No es el propósito de esta investigación realizar una profunda reseña en la entrada de la moda en los museos, pero si nos gustaría enumerar algunos de los muchos museos dedicados actualmente a esta disciplina. Entre ellos destacan: Museo del traje de Madrid, Museo del diseño en Barcelona, Museo Cristobal Balenciaga en Getaria, Museo Metropolitano de Nueva York. Instituto del traje de Nueva York, Museo Instituto de la Tecnología de la Moda de Nueva York, Museo Albert & Victoria de Londres, Museo Roberto Capucci en Florencia, Museo Pierre Cardin en París, Galería

Loewe en Madrid, Museo Christian Dior en Grandville (Francia), Museo Gucci en Florencia, Museo Ferragamo en Florencia, Museo Instituto de la Moda en Kyoto (Japón), Les Arts Décoratifs de París, Museo de la Moda de Portugal, Museo de la Moda en Kobe (Japón), entre otros. Es posible que esto sea cuerpo de estudio y motivo de estudio para una particular y futura línea de investigación para los interesados en el estudio del traje.

Hemos visto como la moda se apoya en el arte y viceversa. No es de extrañar que muchos diseñadores hayan buscado y busquen inspiración en el pasado o en otras culturas. Ha sido importante conocer la historia del traje y como ésta ha podido ejercer como fuente de inspiración para los diseñadores y artistas. A lo largo de este capítulo hemos podido analizar el trabajo, los elementos formales, los códigos semánticos que nos ayudan a entender el trabajo del diseñador, hemos realizado comparativas visuales y analizado su relación con varias de las disciplinas artísticas como la arquitectura, la escultura y muy especialmente la pintura. El siguiente capítulo nos invita a un recorrido por la historia de las vanguardias artísticas analizando este período como una etapa o momento de intercambio de conocimientos entre artistas y diseñadores, cuyo proceso y fluidez han desembocado en grandes resultados artísticos por parte de los diseñadores de moda. La aproximación, y en muchos casos apropiación, la influencia y los guiños que desde la pintura de vanguardia se ha trasladado al campo del diseño, ha generado que muchos diseñadores de Alta Costura hayan tomado como punto de partida para realizar sus creaciones, la filosofía o en concreto algunas de las obras realizadas durante este período. El recorrido analizará las características de cada uno de los movimientos de vanguardia seleccionado y cómo dentro de éste, el diseñador a través de las herramientas que articulan el lenguaje del diseño, ha sabido adaptar a su prenda o pieza, convirtiéndola en un icono que nos evoca a la misma obra o movimiento.

DIÁLOGOS Y JUEGOS
DEL ARTE Y LA MODA
CON LOS MOVIMIENTOS
DE VANGUARDIAS

Tanto la moda como el arte son distintas formas de expresión que tratan de pensar la vida mediante una representación. En ciertos momentos ambas se unen, creando una sinergia donde a veces la moda imita el arte y otras el arte imita a la moda. Esta alianza ha dado sus frutos en determinados momentos del siglo XIX, XX y XXI. Con cada época, surgieron artistas y modistos que supieron retratar y representar la estética reinante, logrando mezclas avanzadas para su tiempo. Uno de los intercambios más intensos se dio a comienzos de siglo XX con los movimientos vanguardistas, porque se comienza, desde la Alta Costura y el diseño, a trabajar con las mismas técnicas o filosofías utilizadas en las prácticas artísticas. De manera que ambos mundos, el del arte y el de la moda, han actuado y actúan como vasos comunicantes, equilibrados y vinculados entre sí.

Han sido las vanguardias históricas o ismos, los diversos movimientos de protesta los que permiten a esta investigación plantearse una de sus hipótesis, ya que esta época acompaña e invita a ambas disciplinas, Arte y Moda, a romper con los modelos tradicionales y su eternidad, propugnando un nuevo lenguaje expresivo y una nueva forma de libertad del artista & diseñador. Será este período pues, una etapa de fusión entre ambas artes, que promoverá un nuevo lenguaje de creación cuya función y eje será la exploración. Búsqueda que se ha venido desarrollando hasta nuestros días por parte de los artistas y diseñadores actuales, consiguiendo establecer una relación de dependencia movida por un fuerte consumo y una necesidad de deseo y diferenciación, guiños conscientes y homenajes en primera línea de consumo que despiertan de forma inconsciente la individualidad. Logrando también una nueva actitud del espectador ante la obra de arte, haciendo del vestuario y sus complementos un objeto sutil de deseo, una obra de arte admirada ya en los museos.

4.1. EL FIN DEL ARTE ACADEMICISTA Y LA APARICIÓN DE LOS MOVIMIENTOS DE VANGUARDIA

Fue durante el siglo XIX, donde el arte dejó de ser una profesión más, cuyos conocimientos se transmitían, desde tiempos inmemoriales, de maestro a discípulo, y empezó a convertirse en una forma de visión y pensamiento que debía ser enseñada en unas academias, que nacidas en el siglo XVIII, en el siglo XIX se fundarán en todos los países occidentales, aunque siempre bajo patronazgo real.

Sin embargo, durante todo el siglo, quizás fue menos importante la enseñanza en las academias que el nacimiento de algo completamente nuevo: el mercado del arte tal y como lo entendemos hoy en día. Perdidos los que habían sido hasta entonces los mecenas tradicionales, es decir, la Iglesia y el Estado, los artistas no tenían más remedio que buscar personas que estuvieran dispuestas a adquirir cuadros o esculturas contemporáneas y, para conseguirlo, las mismas academias empezaron a organizar exposiciones anuales de las obras de sus miembros⁶⁶⁵. El resultado fue una moneda de dos caras:

→ Ningún patrón podía ya imponer sus exigencias a unos artistas que valoraban su individualismo por encima de cualquier cosa⁶⁶⁶.

→ Los pintores tenían que trabajar, si no querían morir de hambre, para triunfar en una exposición a la que podía acudir todo el mundo, y en la que eran susceptibles de una crítica cada vez más floreciente en los periódicos y revistas de la época⁶⁶⁷.

A la larga esto llevará a un inevitable enfrentamiento entre el artista y el público, pero su efecto más inmediato, será que los pintores y escultores se pusieron a buscar temas nuevos. El siglo XX, será el que abra ante los artistas un abanico de posibilidades. Por

⁶⁶⁵ VV.AA. Historia del Arte. Editorial Nerea. 2000. Pág. 162. Academicismo y revolución.

⁶⁶⁶ Ibidem.

⁶⁶⁷ Ibidem.

ejemplo, un pintor podía utilizar el color tradicional o usar uno completamente inesperado que para él tenía un significado especial, podía mostrar un paisaje o una naturaleza muerta en el cuadro del modo habitual o podía fragmentar el tema y recomponerlo de una manera completamente diferente; podía, en fin, representar la imagen distorsionada por sus sentimientos o incluso, prescindir del tema reconocible, como harán los abstractos. Todo eran posibilidades. Los artistas del siglo XX escogerán y elaborarán conscientemente algunos de estos elementos simples convirtiéndolos en principios fundamentales de su arte.

Con la modernización de la sociedad en el siglo XIX, los avances técnicos y la prosperidad de la burguesía, comenzó a apreciarse la moda como algo más, como una muestra de sofisticación asociada a la cultura y cercana al arte. Entre los primeros testimonios de que algo estaba cambiando en el modo de afrontar el diseño de moda están las creaciones de Gustav Klimt y Emilie Flöge (su eterna compañera), que a finales del siglo XIX crearon amplias túnicas para hombres y mujeres, inspiradas en los principios liberadores del modernismo, que huía de la opresión del corsé o de cualquier prenda que condicionara el movimiento y las formas naturales. Sonia Delaunay (1885-1979), pintora y diseñadora franco-rusa, siguió con la idea de crear la imagen de la mujer moderna, con motivos abstractos sobre textiles, un reclamo artístico sobre una prenda de vestir: a partir del primer diseño, en 1911, alternó pintura y moda en su obra. El futurista italiano Giacomo Balla diseñó en 1914 trajes para hombres como figuras geométricas y tonos vivos. En el traje antineutro: manifiesto futurista (1914) se rebelaba contra *los colores neutros, agradables y apagados (...) las rayas, los cuadros y los pequeños puntos*. El atuendo del futurismo debía tener "patrones dinámicos" como triángulos o espirales, que demostraran el gusto por el riesgo, la velocidad y el peligro del que hacía gala el movimiento vanguardista. El

surrealista Max Ernst comunicaba algo más que provocación con el lema *Fiat modes-pereat ars* (Larga vida a la moda - perezca el arte)⁶⁶⁸.

La diseñadora Elsa Schiaparelli creó el vestido de langosta en 1937, con la colaboración de Dalí. El pintor de Cadaqués diseñó portadas para la revista *Vogue* (1944) y se mostró complacido con el resultado del vestido de noche de Schiaparelli⁶⁶⁹.

El pop art acercó a los artistas a la moda, el glamour y el negocio. Andy Warhol combinó la producción artística con un poder de influencia sobre la moda. La japonesa Yayoi Kusama o el búlgaro Christo desarrollaron a mediados de los sesenta performances con aparatosos vestidos.

La presencia de la indumentaria en el arte contemporáneo puede ser comprendida gracias a la incorporación de diversas técnicas y disciplinas que vienen concentrándose en el mundo del arte a partir de los años setenta. La introducción de esta forma de producción en el campo del arte es relativamente reciente. No obstante, la indumentaria siempre estuvo ligada al arte y a sus protagonistas de diversas formas; ya sea si pensamos en Jacques-Louis David y su relación con los dictámenes de la moda en el periodo neoclásico, o en algunos movimientos de vanguardia que realizaban prendas de vestir, como veremos a continuación.

Como hemos visto anteriormente, el paso de la Alta Costura al *Prêt à porter* se produjo por las nuevas formas de vida que estaban gestándose, por la progresiva emancipación laboral de las mujeres, el acceso de las clases medias a la moda, las innovaciones de los tejidos, entre otras cosas. Todo esto iba propiciando el terreno para el auge de la confección en serie. Esta nueva modalidad permite la aparición de un nuevo papel para

⁶⁶⁸ Helena Celdrán artículo. La moda y el arte, una historia de amor que empezó en el siglo XIX. Publicado en el diario 20 minutos . 2012.

⁶⁶⁹ Ibídem.

los creadores de moda, lo que favorecerá la proliferación de diseñadores de moda, así como la conversión de las casas de Alta Costura en marcas comerciales.

Este fenómeno también se da en el mundo del arte, donde se produce una caída del concepto de Arte como tal, con mayúscula, de manera que comienza un incremento cuantitativo tanto de artistas como de obras de arte, lo que produce que en la actualidad existan más artistas que nunca antes en la historia⁶⁷⁰.

Se produce una fusión entre los diversos campos de la creación, dando lugar a una fuerte y rica, a nuestro parecer, hibridación de lenguajes. Llegamos así a la actual absorción, de parte del mundo del arte, de la mayoría de los sectores relacionados con la creación, y a su expansión hacia lo que conocemos como estetización total de la vida cotidiana. Este fenómeno es explicado por Michaud en su último libro *El arte en estado gaseoso*⁶⁷¹, donde el autor hace hincapié en el reemplazo del arte por la estética, explicándonos cómo la estética se ha convertido en un vaho que todo lo cubre. No nos detendremos en su tesis en general, sólo nos ceñimos a citar sus reflexiones acerca del arte como “ornamento o adorno específico de una época”. Definición a partir de la cual podemos vincular al arte con la moda, manifestando al arte como productor de identidades contemporáneas, y la moda como portadora de dichas identidades.

En el arte contemporáneo al igual que en la moda actual, es cada vez más evidente la cantidad de lenguajes, disciplinas o géneros que aparecen y se mezclan en cualesquiera de estas producciones artísticas. No podemos hablar de géneros puros. Esto hace que los artistas deban escoger entre todo lo que hay sobre el mundo para producir sus obras. Éstos hacen arte hoy con los más diversos lenguajes y materiales; y nos han demostrado

⁶⁷⁰ De Arzúa, F. (2002). *Diccionario de las artes*. Barcelona, Anagrama. Págs. 55-59.

⁶⁷¹ Michaud, Y. (2007). *El arte en estado gaseoso*. Ensayo sobre el triunfo de la estética. México: Breviarios del Fondo de Cultura Económica. Pág.168.

que casi todo -sino todo- lo que existe sobre la faz de la tierra es un vehículo para generar discursos y experiencias estéticas. Así mismo estos lenguajes, materiales y procesos desde los cuales producen imprimen una capa de sentido sobre las obras, una identidad.

Con el siglo XX, los artistas saldrán al mundo, flexibilizando las hasta entonces rígidas barreras del arte. El arte comenzó a salir de los museos, para abrirse al mundo y crear un estilo en la moda, al igual que la moda se abrió al arte. Los diseñadores de indumentaria pusieron grandes esfuerzos en desarrollar nuevos tipos de vestimenta. La mayoría de los modistos de esa época más que considerarse diseñadores, se consideraban artistas por el tipo de prendas que confeccionaban. El principal capítulo de la investigación, es abordar la relación que mantuvieron y mantienen algunas vanguardias de finales del siglo XIX y principios del XX con la moda y el vestir en la Alta Costura. Entre ellas el *art nouveua*, el simbolismo, el expresionismo, el futurismo, el constructivismo ruso, el surrealismo, el impresionismo y el *pop art* serán los movimientos analizados. El estudio se concentrará en una exploración de éstos últimos y en particular, en los aportes y colaboraciones que hicieron y hacen tanto artistas como diseñadores de aquel momento y del actual.

Se indaga además en las condiciones y las diversas lecturas de las creaciones tanto artísticas como textiles que generaron el diálogo entre la moda y los movimientos de vanguardia muy especialmente en el terreno de la pintura. Se revisan las implicaciones simbólicas de algunos de sus trajes y cuadros representativos, las aplicaciones de ciertos procesos de creación empleados por los artistas y la manera en que su creación nutría y nutre el trabajo de otros. Estas inclinaciones vanguardistas propusieron que todo el entorno de una persona, incluyendo la indumentaria, deberían estar en armonía, como una única manifestación artística.

4.2. ART NOVEAU

A fines del siglo XIX e inicios del XX, el *art nouveau* se oponía al academicismo clásico con formas inspiradas en la naturaleza y potenciaba el uso profuso de elementos de origen natural pero con preferencia en los vegetales y las formas redondeadas de tipo orgánico entrelazándose con el motivo central⁶⁷². El arte debía salir al mundo; dándole estilo a la arquitectura, al diseño, a la publicidad y, por lo tanto, también a la moda. Fue un estilo caracterizado por estar lleno de esplendor. El predominio imperante de la asimetría, de la línea curva, la exaltación de la figura femenina, la libertad en el uso de motivos de tipo exótico, sean éstos de pura fantasía o con inspiración en distintas culturas, como por ejemplo el uso de estampas japonesas, se pueden apreciar en creaciones textiles y de indumentaria, realizados por varios artistas en esta época como el gran Poiret. Este movimiento puso de moda los materiales sobrios y lujosos como los metales, las piedras preciosas y las pieles. Creando maravillosas obras dignas de ser exhibidas. El *art nouveau* trasladó a la indumentaria su frescura y naturalidad, y su manera bastante informal y auténtica de ver el mundo. Se empezó a cuestionar el uso del corsé o los vestidos muy estructurados, ya que afectaban negativamente al físico y proponían una figura femenina disciplinada y ajena a la realidad; tal como hacía el academicismo con el arte⁶⁷³. A fines del siglo XIX, desfilaban por los cafés y centros de diversión de París los provocativos atuendos que rompieron con los modelos clásicos y conservadores de la época.

El diseñador Paul Poiret fue un gran exponente del momento, con sus nuevos cortes holgados y sus estampados casi artísticos, con reminiscencias de Klimt o Dufy. Los vestidos de Poiret se caracterizaban por ser sencillos, en tonos lisos o con dibujos

⁶⁷² Plana Sabater, Juan Manuel. Arte, culturas y estéticas. Ensayos universitarios.

⁶⁷³ Fernando Diez, artículo El arte y la moda en el siglo XX. <http://suite101.net/article/el-arte-y-la-moda-en-el-siglo-xx-a9554#.VpPPfPnhDIU>. 2013.

geométricos. Color y maestría, hermosos vestidos drapeados, chales de noche, pieles opulentas y prendas exteriores osadas, eran unas de sus principales creaciones.

La voluntad de estilo de Poiret, comienza a manifestarse en plena juventud, viviendo la bohemia de Montmartre junto a sus amigos pintores Maurice de Vlaminck (1876-1958), Kees Van Dongen (1877-1968), André Derain (1880-1954) o Francis Picabia (1879-1953) y de forma paralela en su aprendizaje junto a Doucet, experimentado las posibilidades creativas de la indumentaria teatral. Modisto de Sarah Bernhardt y Réjane, Poiret colaboró con su maestro en distintas ocasiones, sintiéndose especialmente satisfecho con la realización del “Abrigo” del cuarto acto de Zaza, cuyos colores, tejidos y formas hacían presentir al público el desenlace trágico de la obra⁶⁷⁴. El vestuario teatral era, ante todo, un excepcional vehículo de comunicación y su irrealismo permitía desarrollar libremente la fantasía de creador, adaptando la prenda al que años más tarde definirá como ideal de la Alta Costura. Poiret encuentra en el teatro y el cine los medios idóneos para el ejercicio estilístico, ofreciéndole también el mundo de la escena un magnífico laboratorio en el que ensayar diseños que después adaptará al vestido real. Cuestiones las dos, fundamentales en su carrera, determinantes de su acusada tendencia al idealismo y de su maestría absoluta para componer el personaje. El vestido entra con Poiret a formar parte del gran bucle estético con el que Romanticismo y simbolismo habían envuelto la vida, descubriendo las condiciones de la belleza en una teoría artesana del arte y artística de la artesanía⁶⁷⁵.

⁶⁷⁴ Poiret, Paul. Opus cita, pág.28

⁶⁷⁵ Teoría desarrollada en las diferentes colonias artísticas del movimiento modernista, defendida especialmente por Henry van de Velde (1863-1957). Sembach, Klaus-Jürgen. Op.cit.pp.41-57. Poiret, Paul. Op. Cit, p.200.” *¿Soy un loco cuando intento llevar el arte a mis vestidos, o cuando digo que la alta costura es un arte?* “. Modernismo y Art Déco se sucederán sin solución de continuidad, por eso sus límites son en principio difusos. Gallego, Julián. 1973. La boga de los veinte. Goya, 114, pp.362-363. En cualquier caso, el nombre que este nuevo movimiento decorativo adoptará en Francia es suficientemente explícito de su vinculación con el “Gran Arte”. Una de las últimas revisiones sobre estos temas: Torrent, Rosalía y Marín, Juan. 2007. Historia del diseño industrial. Madrid, págs.225-242.

Si el teatro desvelaba al modisto la vertiente narrativa de la indumentaria, en igual medida su vocación plástica le hace privilegiar aspectos puramente visuales de la misma, inspirándose en la escultura, danza y pintura para llevar a cabo su renovación. Serán por lo tanto las bellas artes, las que le ayudarán a vestir un cuerpo liberado del corsé, traduciendo sus volúmenes y movimientos en nuevas formas y colores, necesariamente variadas por su carácter práctico, premeditadamente artísticas por deseo de su creador⁶⁷⁶. En este sentido, su inicial búsqueda de la naturalidad de la figura y la casi paralela recuperación del cromatismo en las telas, se apoyan abiertamente en las innovaciones introducidas en el campo de las artes por Auguste Rodin (1840-1917), Isadora Duncan (1877- 1927) y Henri Matisse (1869-1954). Coincidentes en un principio liberador respecto a convencionalismos académicos y en su recuperación de los valores primordiales de cada disciplina artística, a ellos alude Poiret en sus escritos y entrevistas, teniendo especial amistad y relación profesional con la bailarina americana, Josephine Baker, ofreciéndole en su palacete la “Fiesta de Baco” y su, también compartida, seducción por los orígenes.

Reactivada por los importantes descubrimientos arqueológicos de Schliemann (1822-1890) y Evans (1851-1941), de la actualidad del mundo clásico surgirán las primeras ideas innovadoras de Poiret. Él mismo confesó que mientras estudiaba la escultura griega aprendió a utilizar como soporte del vestido los hombros en vez de la cintura, de tal manera que la tela envolviese al cuerpo de forma natural⁶⁷⁷. Con el correr del tiempo, el estilo característico de Poiret comenzó a fluctuar, subiendo cada vez más el talle en sus vestidos y realzando más el busto femenino, con escotes cada vez más profundos y sus faldas, cada vez más estrechas.

⁶⁷⁶ Poiret, Paul. 1989. Vistiendo la época. (...) *he creado formas nuevas que unas veces eran estuches y dalmáticas y otras corolas y campanas. Les he dado una reputación mundial y el respeto del público.* Pág 217.

⁶⁷⁷ Paul Poiret en Deslandres, Yvonne. Opus cita, pág.96.

Poiret, proponía en sus colecciones prendas lujosas y esplendorosas, de inspiración *art nouveau* y *art déco* como podían ser: kimonos, pantalones bombachos, túnicas, velos y turbantes. Dicha indumentaria se encontraba bordada de vivos colores, puntillas trabajadas con oro y plata, brocados fastuosos, flocaduras, perlas y algunas plumas. Lo más importante era que todo resultase exótico. Muchas de sus creaciones tenían una fuerte influencia de los Ballets Rusos que reinaban en la ciudad de París, capital de la moda femenina por excelencia hasta la actualidad. Dos años más tarde Poiret realizó, una gran fiesta de disfraces el 24 de junio de 1911, para presentar su nueva colección inspirada en Oriente *Las mil y dos noches*. En su preparación intervinieron los pintores Raoul Dufy (1877-1953), Georges Lepape (1887-1971), el escritor Jean Cocteau (1889-1963) y el matrimonio Poiret, decorando los jardines y salones de su residencia a modo de palacio asirio, poblado de aves, animales raros, esclavos, odaliscas, sultanes, entre los más de trescientos invitados vestidos “a la persa”⁶⁷⁸. Todo este violento orientalismo de sus fiestas y trajes fue la expresión visual de una constante en su moda, cuyo éxito propiciaron los Ballets Rusos, y el reflejo de su fastuoso arte de vivir⁶⁷⁹. La pasión por Oriente, alimentada en la pintura de Eugene Delacroix (1798-1863) y en los museos ingleses, le llevará a realizar varios viajes por el Norte de África acompañado por artistas amigos, en su barco *Le Nomade* y a patrocinar *El Oasis* teatro privado instalado en su jardín. Los diseños eran adoptados de varios países orientales, como India y China. La fiesta fue tan exitosa, que este modisto fue nombrado como el precursor de espectaculares y exóticos diseños de moda. Los diseños de Poiret cambiaron el foco de atención centralizado en la cintura por el acento en el hombro a través, de un vestido de una sola pieza y al mismo tiempo creó un nuevo abrigo que le dio el nombre de *Kimono*.

⁶⁷⁸ Claude Lepape en *Lepape*, Claude, Defert, Thierry. 1983. Georges Lepape ou l'élégance illustrée. París, pág. 63.

⁶⁷⁹ Beaton, Cecil. 1990. *El espejo de la moda*. Barcelona, págs. 121-129.

Convencido de que su manera de actuar y entender la moda estaba creando estilo, Poiret quiso recoger sus creaciones en catálogos ilustrados en color, acometiendo este proyecto mediante la publicación en 1908 de *Les robes de Paul Poiret racontées par Paul Iribe*. Excepcional dibujante de prensa, Iribe⁶⁸⁰ presentó los vestidos mediante personajes que discurrían por habitaciones contemplando bellos objetos y muebles, introduciendo de esta manera una acusada narrativa ambiental. De línea clara, colores planos, composiciones armoniosas, el *Álbum Iribe* pasó a ser una pequeña obra maestra cuya continuidad llegará en 1911 con *Les Choses de Paul Poiret, vues par George Lepape*.



Figuras 326 y 327. Imágenes del catálogo creado por Iribe.

Joven pintor formado en la Escuela de Bellas Artes de París, las imágenes de Lepape⁶⁸¹ ilustran propuestas de diseño y decoración, utilizando modelos que alternan su

⁶⁸⁰ Ilustrador, pintor y director artístico francés, nacido en Angulema en 1883 y fallecido en 1935, cuyo verdadero nombre fue Paul Iribarnegaray.

⁶⁸¹ Georges Lepape nació en París en 1887. Estudió en la *Ecole des Beaux Arts de París*. A los 20 años Lepape ya se relacionaba con notables artistas como Georges Braque, Marie Laurencin, Bernard Boutet de Monval, André Marty y Charles Martin.

protagonismo y monumentalidad con escenarios de aire japonés. Componiendo y diferenciando, de manera magistral, escenas íntimas y sociales⁶⁸².



Figura 328. Ilustración de Lepape para Poiret.

Mediante la realización de estos catálogos, moda e interiorismo habían quedado traducidos al lenguaje plástico, ofreciendo las primeras alternativas estilísticas para la renovación de las artes aplicadas. En este sentido Poiret, situaba toda su labor creativa en el origen de un nuevo movimiento de adaptación al mundo moderno, inaugurando el mismo año de la publicación del *Album Lepape* la escuela de diseño *Martine*⁶⁸³. Para ello se había servido del modelo austriaco, cuyos “Talleres Vieneses”, previamente visitados, le aportarían referencias organizativas para el complejo centro de estudios,

⁶⁸² Capítulo importante en la carrera de Paul Poiret, mereció la edición de la monografía de Nicole Thornton, op.cit. En ella se presta atención especial a Iribe y Lepape, incluyendo otros ilustradores que colaboraron con Poiret, caso de Eduardo García Benito (1891-1953). Oortega Coca, Teresa.1999. Eduardo García Benito y el Art Déco.Valladolid, pág.57. Dibujos y diseños de Erté (1892-1990) para Poiret han sido publicados en BLACKMAN, Cally.2007.100 años de ilustración de moda. Barcelona, pág.31.

⁶⁸³ (...) Dufy fue quien animó a su creación y puede decirse sin temor a equivocarse que ambos fueron los que abrieron el camino a las artes aplicadas modernas francesas, y a lo que hoy conocemos normalmente con el nombre de Art Déco. Dan Klein en Gruber, Alain (Dir) Op.cit, p.472.Una valoración similar la aporta Bouillon, Jean-Paul.Op.cit, p.92 (...) ese primer Art Déco parisino sale de la moda para proyectarse en el diseño gráfico y, a partir de ahí, en el interiorismo.

diseño y decoración llamado *Martine*, como una de sus hijas. En principio contó con la colaboración de los pintores Dufy y Erté y de los diseñadores Mario Simon y Léo Montan, dedicados a la investigación de materiales, técnicas, sobre todo de estampación de tejidos, al diseño de muebles y objetos decorativos, encargándose también de impartir clases en la escuela.

Iniciativa absolutamente moderna, la de vincular moda y decoración, incidía en la importancia que tras la remodelación de la ciudad, adquiriría la actualización de la casa. Jacques Doucet fue uno de los primeros en advertir esta necesidad contando con la colaboración del *Atelier Martine* en su estudio de Neuilly, sumándose a su reconocimiento, el del arquitecto Le Corbusier (1887-1965), que calificará de labor brillante la iniciativa de Poiret⁶⁸⁴. Pero un agradecimiento oficial junto a la pública expresión de esa labor llegará con la “Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industrias Modernas” celebrada en París en 1925. En su inauguración el Comisario y Director General de Bellas Artes, reconocerá la deuda con Poiret, debido al fomento de la decoración interior y a su especial contribución al nivel artístico de la Alta Costura⁶⁸⁵.

No se trata de un fenómeno anecdótico el que, desde comienzos del siglo XX, algunos modistos admiren y frecuenten a los artistas modernos: Poiret es amigo de Picabia⁶⁸⁶, Vlaminck⁶⁸⁷, Derain⁶⁸⁸ y Dufy; Chanel tiene relación con P. Reverdy⁶⁸⁹, Max Jacob⁶⁹⁰,

⁶⁸⁴ Le Corbusier en Jean-Paul Bouillon. Opus cita, pág.176.

⁶⁸⁵ White, Palmer. Opus cita, pág.236.

⁶⁸⁶ Artista vanguardista francés, de origen cubano. Trabajó en casi todos los estilos contemporáneos más destacados, como el postimpresionismo, el cubismo, el fauvismo, el dadaísmo, el surrealismo y el arte abstracto. Hizo también pintura figurativa, dibujo y collage. Estudió en École des Beaux-Arts y en la Escuela de Artes Decorativas de París. Recibió una fuerte influencia impresionista y fauve, en especial de la obra de Pissarro y Sisley.

⁶⁸⁷ Fue un pintor fauvista francés. Vlaminck fue uno de los pintores que causaron escándalo en el Salón de otoño de 1905, que recibió el apelativo de "jaula de fieras", dando nombre al movimiento del que formaba parte junto a Henri Matisse, André Derain, Raoul Dufy y otros. Vlaminck proviene de una familia de músicos bohemios afincados en París.

⁶⁸⁸ Activo miembro del grupo fauvista, mantuvo una estrecha amistad con Matisse y fue un apasionado de la pintura de Cézanne.

⁶⁸⁹ Fue un poeta francés asociado al surrealismo y al cubismo. Nació en Narbona, en la casa de su padre, en el seno de una familia de escultores y talladores de piedra para iglesia. Es aquí donde aprende a leer y a escribir, para después continuar sus estudios en Toulouse y en Narbona. En octubre de 1910, llega a París y comienza a frecuentar las tertulias literarias de Montmartre en donde encuentra a sus primeros amigos: Guillaume Apollinaire, Max Jacob,

Juan Gris⁶⁹¹, diseña el vestuario de la *Antígona* de Cocteau con decorados de Picasso y música de Honegger; las colecciones de Schiaparelli se inspiran en el surrealismo.

Aunque lentamente, se van multiplicando las audacias indumentarias que oscurecen la tradición aristocrática, el célebre “miserabilismo de lujo” de Chanel del que se burlaba Poirer; los gustos estéticos y la imagen arquetípica de la mujer (estilo a la *garçonne*, trajes de noche excéntricos, shocking pink); las costumbres y la decencia: vestidos hasta la rodilla en los años veinte, profundos escotes en la espalda y el desnudamiento del cuerpo debido a los atuendos de playa de los años treinta, minifalda de los años sesenta. En los años veinte, algunos estados americanos dictaron leyes para frenar la ola de indecencia ligada al acortamiento de los vestidos⁶⁹², ya en 1900 el arzobispo de París se unió a una protesta contra los modistos, responsables de modas indecentes y provocativas.

Desublimación relativa de la moda (vestido-camisa, empleo de materiales pobres, jersey, más adelante telas de saco, de paño de cocina, materiales sintéticos en Schiaparelli) que se corresponde con el arte modernista; simplificación o depuración de la moda, paralela a algunos intentos de los cubistas, de los abstractos, de los constructivistas.

A semejanza del arte de vanguardia, la moda se lanza a un proceso de rupturas, de escalada, de cambios profundos que, a pesar de su no linealidad, de sus vueltas y revueltas, de sus aparentes “retrocesos” (el *New-look* de Dior), la emparentan con la vanguardia. Aunque la carrera hacia adelante no se traduce por medio de los signos

Louis Aragon, André Breton, Philippe Soupault y Tristan Tzara. Durante dieciséis años solo vive para sus libros, y algunos de ellos ilustrados por famosos pintores y dibujantes entre los que destacan: Pablo Picasso, Georges Braque, Henri Matisse y otros. Fue uno de los inspiradores del surrealismo.

⁶⁹⁰ Escritor y poeta francés de tendencia surrealista. Su obra está influida por la estética de los cubistas, con quienes trabajó estrecha amistad.

⁶⁹¹ Fue un pintor español que desarrolló su actividad principalmente en París como uno de los maestros del cubismo.

⁶⁹² James Laver. *Costume and Fashion, A Concise History* (1969), Londres, Thames and Hudson, 1982, pág. 232.

extremistas y destructivos de la dislocación, la moda, a su nivel, ha sido ganada lúdicamente por la lógica moderna de la revolución, con sus discontinuidades, su embriaguez de lo nuevo, pero también sus excomuniones, sus rivalidades, sus luchas entre tendencias inherentes al mundo de los creadores.

4.3. SIMBOLISMO

El término simbolista procede del ámbito literario. El primero en utilizarlo fue el poeta Jean Moréas en 1885 en su "Manifiesto Simbolista" y posteriormente se aplicó a la nueva pintura ya que las intenciones de los poetas y los pintores eran semejantes⁶⁹³.

El simbolismo es un movimiento literario y de artes plásticas que se originó en Francia en la década de 1880, paralelo al post-impressionismo, y que surgió como reacción al enfoque realista implícito en el impresionismo. Tanto el impresionismo, como el Idealismo y el Naturalismo académico se habían identificado con los problemas contemporáneos, políticos, morales e intelectuales. Los artistas de 1885 disgustados por la incapacidad de la sociedad para resolver estos problemas buscaron nuevos valores basados en lo espiritual⁶⁹⁴. Desean crear una pintura no supeditada a la realidad de su momento, rechazan lo que trae consigo la vida diaria, la aglomeración, la actividad industrial y la degradación.

Se va creando un estado de decepción frente al positivismo y cientifismo imperante y se descubre una realidad más allá de lo empírico. A esto contribuye Schopenhauer, que en su oposición al positivismo, insiste en que el mundo visible es mera apariencia y que sólo adquiere importancia cuando somos conscientes de que a través de él se expresa la verdad eterna. Él defiende no el pintar el objeto en sí mismo, sino para trascender a otros ámbitos a través de la intuición y la contemplación.

Los simbolistas consideran que la obra de arte equivale a una emoción provocada por la experiencia. Tratan de exteriorizar una idea, de analizar el Yo⁶⁹⁵. Les interesa la capacidad de sugerir, de establecer correspondencias entre los objetos y las sensaciones, el misterio, el ocultismo. Sienten la necesidad de expresar una realidad distinta a lo

⁶⁹³ Simbolismo. Pintura simbolista. Portal ArteEspaña.

⁶⁹⁴ *Ibidem*.

⁶⁹⁵ Información recogida del artículo Simbolismo. Pintura simbólica. Portal ArteEspaña.

tangible y tienden hacia la espiritualidad. El símbolo se convierte en su instrumento de comunicación decantándose por figuras que trascienden lo material y son signos de mundos ideales y raros. Hay una inclinación hacia lo sobrenatural, lo que no se ve, hacia el mundo de las sombras. La revelación de Freud acerca de la vida de los sueños y la existencia de una parte irracional en lo humano es aplicada al programa simbolista reivindicando la búsqueda interior.

Cultivarán el subjetivismo, el antirracionalismo y aflorará el interés por el cristianismo y las tradiciones diversas. Estudian la ambigüedad, la belleza hermafrodita, lo andrógono, la mujer fatal que destroza cuando ama, lo femenino devorador. La mujer brota del mundo del inconsciente y para huir de la realidad adopta forma de esfinge, de sirena, de araña o de genio alado. Los seres que aparecen en ese mundo de sueño serán incorpóreos.

Prestan especial atención a la forma, pero la ponen al servicio de unos ideales que van más allá de la pura apariencia. Plasman sus sueños y fantasías por medio de la alusión al símbolo y a una rica ornamentación. A veces utilizan colores fuertes para resaltar el sentido onírico de lo sobrenatural. Puede decirse que es una pintura de ideas, sintética, subjetiva y decorativa. Los precursores de esta nueva pintura son Gustave Moreau, Odilon Redon y Gustav Klimt, nos centraremos en este último porque es un emblema alegórico de la moda ya logra capturar de una forma muy delicada y bella, la hermosura de un gesto humano enmarcándolo entre flores, mosaicos y preciosa geometría.

4.3.1. GUSTAV KLIMT

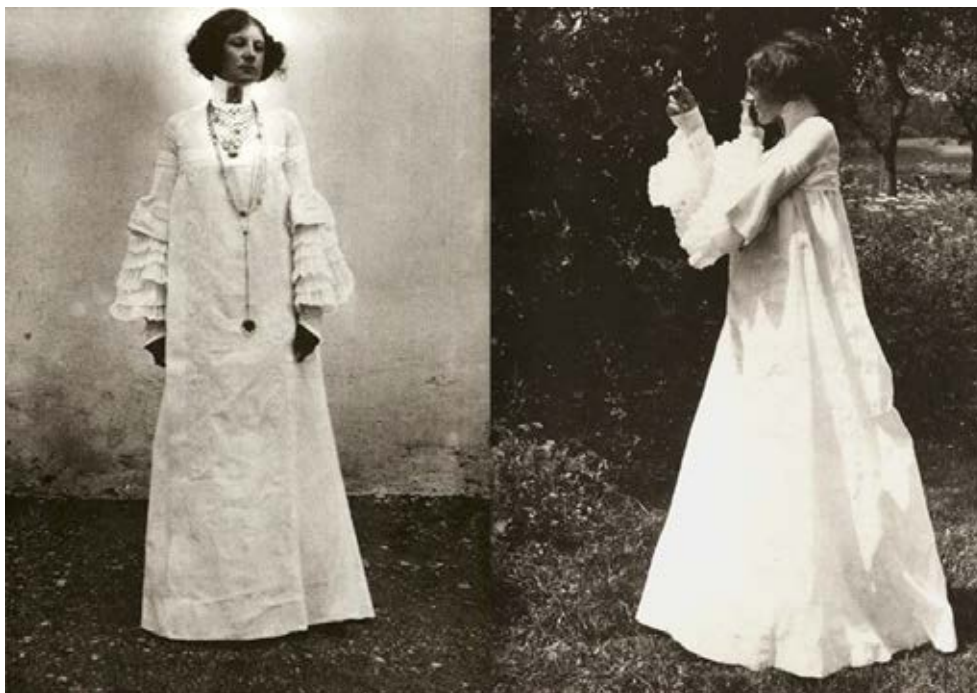
Fue durante este período, en la Viena Imperial de fines de siglo XIX y principios de siglo XX, considerada después de París la *Meca de la moda*, que la creatividad de los artistas de la Secesión permitió una fusión real entre la indumentaria femenina y el arte⁶⁹⁶.

Gustav Klimt, austriaco de nacimiento (finales del siglo XIX y principios del siglo XX), es conocido por su estilo ornamentado y se considera un importante representante del movimiento modernista vienés. La belleza femenina fue una de las mayores fuentes de inspiración para Klimt, con una carga erótica que fusiona cuerpos naturales y fluidos con ricos patrones y texturas visuales. Klimt se vale del vestuario en esa intención de ornamentar y entre túnicas, vestidos o capas se asoma la palidez de una mano, un seno turgente, un rostro definido. Las formas de estos vestidos en el lienzo escapan de las estructuras tradicionales de su época y toman la influencia del movimiento Reformkleidung al que pertenecía Emilie Flöge, musa y compañera de Klimt, diseñadora de moda vienesa. Mujer de negocios que viajaba a París y a Londres dos veces por año para asistir a los grandes desfiles de moda, donde compraba los modelos más recientes, traía nuevos tipos de tejidos e ideas de cortes, que luego transformaba para sus propias colecciones. Sus vestidos vanguardistas fascinaron al mismísimo Poiret que viajó desde París para conocerla. Su clientela era muy similar a la que giraba alrededor de Klimt: miembros de la alta burguesía industrial y financiera, por lo general muy liberal y abierta a las nuevas ideas reformadoras del cambio de siglo.

Gustav Klimt no sólo se convirtió en consejero de las hermanas Flöge para su negocio en materia de decoración, sino que también, muy probablemente, sea el autor del logotipo de la casa, ya que no sólo aparecía en papel y facturas si no que también en

⁶⁹⁶ Artículo Gustav Klimt, diálogo entre arte y moda. Publicado en la web: www.vestirsinsentido.com

etiquetas tejidas para ser cosidas a cada prenda; y el creador de un número de *Vestidos reforma* que fueron captados en una increíble sesión fotográfica donde Emilie hizo de modelo y el propio Klimt se colocó detrás de la cámara. En 1906 llevaron a cabo una sesión fotográfica. Dicha sesión tuvo lugar cerca del lago Attersee, en la alta Austria, donde ambos solían veranear.



Figuras 329 y 330. Emilie Louise Flöge por Madame d'Ora con un vestido realizado por Emilie Louise Flöge, diseñado y estampado por Klimt, 1909. Valentino colección otoño-invierno 2015.

Presentaron diez variaciones de vestidos largos, prototipos de los trajes nacidos de la reforma vienesa que fueron creados por una mano artista, respondiendo además a las tendencias de la moda. Algunos de los exquisitos tejidos fueron estampados por los genios de la WienerWerkstatte. De esta manera Klimt crearía un catálogo para las clientas del salón, siendo también el primero en fotografiar moda en plena naturaleza. Estos modelos fueron publicados en enero de 1907 en la *Deutsche Kunts und Dekoration*, importante revista alemana de las artes decorativas.

El Reformkleidung era un movimiento de reforma al vestuario con una fuerte influencia del feminismo vienés que veía en la indumentaria un espacio de manifestación política para la liberación, física y simbólica, de las presiones a las que era sometida la mujer⁶⁹⁷. Al eliminar prendas restrictivas como el corsé generaban la posibilidad de superar el capricho de la moda y la obligación femenina de seguirlo. La rigidez de la silueta femenina representaba una rigidez moral, las prendas ceñidas modificaban el cuerpo para vestir el rol social de la mujer. Las siluetas fluidas de Klimt y Flöge tomaban inspiración de las túnicas africanas y los kimonos, la influencia exótica también estuvo presente en las telas estampadas y mosaicos. Los patrones de sus vestidos se inspiran en técnicas de estencil japonesas y mosaicos bizantinos.

Muchos de los patrones en los vestidos de Emilie Flöge fueron diseñados por Klimt y él a su vez llevó al lienzo la riqueza textil y ornamentación geométrica del Reformkleidung. Las preciosas creaciones de Flöge anticiparon una silueta libre del corsé y una independencia femenina económica y política (ambas cosas llegarían después de la Primera Guerra Mundial: la mujer de los años 20 abandonaría el corsé por una silueta más holgada, cómoda para los deportes y la vida laboral). Sin embargo, el

⁶⁹⁷ Artículo Gustav Klimt, diálogo entre arte y moda. Publicado en la web: www.vestirsinsentido.com

Reformkleidung vienés no se impuso como tendencia y naturalmente no tuvo una amplia clientela.

La obra de Gustav Klimt perdura, con la fluidez y vitalidad que Flöge, como musa, ayudó a plasmar. Ambos se acercaron a ese desafío moral al que debe llegar el arte y, ¿Por qué no el vestuario? Klimt creía en la capacidad del arte de manifestarse en medios considerados menores en esa época, como vestido, artesanía y manualidad. Él hacía una defensa de la experiencia estética cotidiana, que podía manifestarse en la pintura, arquitectura, decoración de interiores e indumentaria, superando la estrecha definición del arte en favor de una más integral. Esas sensuales, vitales mujeres que pintó Klimt envueltas en preciosos textiles, brocados y mosaicos están envueltas también en un ideal maravilloso e inspirador.

El simbolismo decorativo hace que el dorado inunde su obra, remitiéndonos a los mosaicos bizantinos para unirse con las formas del *art nouveau* y dicho modelo es el que ha sido recreado por diseñadores como Galliano, Dolce and Gabbana, Alexander McQueen, Vera Wang, editoriales de *Vogue*, *Harper's Bazaar*, literatura *Klimt y la Moda*, de Christian Brandstatter, el cual concentra fotografías tomadas a Emile vistiendo las creaciones de ambos junto con los cuadros más célebres del artista que revelan no sólo su visión sino también la estrecha unión que logró del arte y la moda, recreaciones fotográficas de la icónica pintura de *El Beso* por el fotógrafo hindú Rohit Chawia y hasta una Barbie vistiendo un diseño en conmemoración del artista.

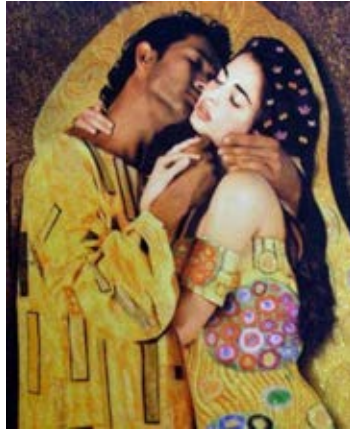


Figura 331. *El Beso* por el fotógrafo hindú Rohit Chawia.



Figura 332. Modelo de Barbie Klimt.

Carga erótica, belleza femenina, patrones, texturas visuales muy llamativas, flores derivadas del arte bizantino, mosaicos, geometría, decorado en oro y lo más importante, una sensibilidad pura y llena del secreto de la pasión son las características de la pintura que devela vestimentas que simbolizan unión y uno de los períodos estéticos más delicados y majestuosos en el mundo del arte y la moda.



Figura 333. Comparativa visual del cuadro *La virgen* de Gustav Klimt (1913) y Editorial *Vogue*.

El primero en sucumbir al universo Klimt fue John Galiano. La colección de Alta Costura primavera-verano 2008 que presentó para la casa Dior estaba repleta de pedrería e incrustaciones que recordaban las pinturas del artista (Véase en muestreo el ejemplo nº 7 página 939). Una celebración de la verdadera motivación de la Alta Costura como un espectáculo en el que todo es posible y que trasciende a los pocos afortunados que pueden consumirla. El interés simbólico del fin de siglo le llevó a Gustav Klimt, al salto a la quimera, una criatura mitológica con cabeza de león, cuerpo de cabra y cola de dragón, se detuvo en Baudelaire y su obra *Las flores del mal*, y remató el periplo con Salomé⁶⁹⁸. Un recorrido guiado por una fuerza: la seducción, la promesa de placer.

Cualquier idea de cómo todo eso podría traducirse en una colección de ropa saltó por los aires cuando una silueta en color lima cruzó los pasillos de tul de un escenario completamente negro⁶⁹⁹. Fue el inicio de un impecable despliegue cromático y de un alarde de imaginación que acabó por crear algo totalmente nuevo a partir de tan artísticas referencias. Sin concesión a la obviedad. La voluptuosidad, por ejemplo,

⁶⁹⁸ De la Torriente, Eugenia. *Galiano hechiza París con su magia*. El País, (22/01/2008).

⁶⁹⁹ *Ibidem*.

había que buscarla en la construcción de abrigos y chaquetas cuyos primorosos volúmenes traseros, laterales o frontales se abrían como una flor. La exquisitez de la Alta Costura no estaba sólo en los apabullantes bordados sino se presenciaba en la mayoría de los elementos que componían cada una de las piezas presentadas.



Figura 334. Modelos de la colección otoño-invierno John Galliano 2008.



Figura 335. Modelos de la colección otoño-invierno John Galliano 2008.



Figura 336. Modelos de la colección otoño-invierno John Galliano 2008.

Gustav Klimt también sirvió de inspiración para las colecciones otoño-invierno de la diseñadora Ana Sui y Óscar de la Renta. Vemos como la paleta de color se repite en los diseños de ambos diseñadores, siendo el oro el más presente. En el caso de Sui son el

estampado y los borbados iriscentes los protagonistas. En el caso de la Renta los diseños reflejan el glamour y la opulencia de los cuadros de Klimt.



Figura 337. Ana Sui en su homenaje a Gustav Klimt colección otoño-invierno 2008.



Figura 338. Óscar de la Renta en su homenaje a Gustav Klimt colección otoño-invierno 2008.

La paleta de colores y las formas fueron las influencias que Aquilano Rimondi tomó de Gustav Klimt para la creación de los estampados de esta colección de primavera-verano 2011. Los vestidos que se presentan a continuación se inspiraron en la conocida etapa dorada de Klimt, llamativos estampados, los patrones de hoja de oro y las formas que

caracterizaban a ese tiempo. Otras impresiones de esta colección se inspira en los paisajes y flores de Klimt, pero todos tienen una distinta textura.



Figura 339. Diseños de Aquilano Rimondi inspirados en Klimt para su colección primavera-verano 2011.

Louis Vuitton cerró la semana de la moda de París del 2012 con la inauguración de la exposición Louis Vuitton-Marc Jacobs en el Musée des Arts Decoratifs de París. La muestra, más que una retrospectiva de lo que ha sido la firma Louis Vuitton pretendió ser una comparativa entre la visión y la aportación a la moda del fundador de la marca en la segunda mitad del siglo XIX y las de Marc Jacobs un siglo y medio después⁷⁰⁰.

⁷⁰⁰ Referenciado en el artículo Vuitton, Klimt y un viaje a la Viena de Poiret. Publicado en <http://www.styleisanattitude.com/2012/03/vuitton-klimt-y-un-viaje-a-viena-de-poiret.html>. 2012.



Figura 340. Tejido “Marina” de la Wiener Werkstätte; desfile Louis Vuitton otoño-invierno 2012. La Wiener Werkstätte fue una agrupación constituida por artistas visuales, arquitectos y diseñadores, establecida en Viena en 1903 con la finalidad de formar a gente en diferentes disciplinas artísticas.



Figura 341. Desfile Louis Vuitton otoño-invierno 2012; tejido de la Wiener Werkstätte diseñado por Koloman Moser.



Figura 342. Tela “follaje” de la Wiener Werkstätte, retrato de Johanna Staude que lleva vestido realizado en tejido “follaje”, Klimt.



Figura 343. Desfile Louis Vuitton otoño-invierno 2012; derecha, retrato de *Emilie Flöge*, Klimt (1902)

Alegoría del amor, la colección otoño-invierno 2013 de L'Wren Scott, destila oro. Por supuesto que hay ricos matices de castaño, negro clásico, tonos esmeralda, vibrantes morados y azules reales, pero el oro se roba todo el protagonismo. Inspirada en la etapa dorada de Gustav Klimt y su musa Adele Bloch-Bauer, la estilista y diseñadora L'Wren Scott ha creado su colección con diseños que son tan elegantes como modernos⁷⁰¹. Los tres vestidos presentados en la figura 344, son algunos de los más opulentos y decadentes de la colección de L'Wren Scott y los tres, se corresponden directamente con varias pinturas de Klimt.



Figura 344. Comparativa visual de tres de los modelos de L'Wren Scott y cuadros de Gustav Klimt. El primer modelo presentado a la izquierda hace referencia al cuadro *Johana Staud* de 1918. El segundo vestido hace referencia al cuadro *Danae* de 1907 y el tercer vestido de Scott nos evoca a *Hygeia* de 1901

Alegoría del amor muestra la artesanía impecable de Scott y el uso inteligente que hace de los estampados y los bordados. Su inspiración es evidente. Arabescos dorados, idénticos a los de la obra de Klimt, adornan abrigos, pantalones y vestidos deslumbrantes. Sus diseños de estampados intensos y vivos colores parecen abrazar el cuerpo porque están deliberadamente concebidos para realzar la silueta mostrando todos

⁷⁰¹ Patricipa Abaroa artículo *L'Wren y su alegoría del amor*. <http://azureazure.com/moda/lwren-scott-y-su-alegoria-del-amor>

sus contornos. Esto, en sí mismo, es un homenaje a Klimt, cuya pintura celebra la forma femenina. Los ornamentos en sus creaciones dotan a esta colección de un magnífico sentido de la fantasía. Para lograrlo, Scott apuesta por el brillo perfecto del oro de 23 quilates, tanto en los detalles dorados de sus diseños como en las pinceladas doradas del calzado. Es la técnica antigua del “pan de oro”, también utilizada por Klimt en sus suntuosas decoraciones basadas en dorados y elementos ornamentales.

Es imposible ignorar cómo los mosaicos, las formas doradas y las joyas que definen estética simbolista de Klimt han influido en las colecciones de los diseñadores con los años. Más recientemente, la capa gráfica de muchos colores usados por el amante de *Cumplimiento* ha influido en un vestido lánguido salpicado de una secuencia de discos de oro conocida en la colección *Resort* primavera-verano 2013 de Alexander McQueen.



Figura 345. Comparativa visual. Alexander McQueen *Resort* 2013. *Fulfillment* de Gustav Klimt, 1905.



Figura 346. Alexander McQueen resort 2013. Portrait of *Friederike Maria Beer* de Gustav Klimt, 1916.

Sin embargo, el diseñador Rick Owens y su estilista de cabecera, Luigi Murenu, proponen unas melenas de otra época, para su colección primavera-verano 2013, que sólo se pueden admirar en una pasarela como París. “Estas melenas nacen del deseo de Rick y mío de crear formas basadas en las esculturas de Gustav Klimt”, contaba el estilista en el vídeo⁷⁰². Un deseo para el que se llevó a cabo uno de los trabajos más minuciosos del backstage: casi 10 horas (el equipo comenzó a las siete y media de la mañana para un desfile que tendría lugar pasadas las cinco de la tarde) en las que el propio Luigi cortó personalmente cada una de las 20 pelucas que lucieron los modelos.

⁷⁰² <http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2013-paris-rick-owens/7841>



Figura 347. Rick Owens primavera-verano 2013 homenaje a la *Pallas Athene* de Gustav Klimt.



Figura 348. Rick Owens primavera-verano 2013. *Portrait of Elisabeth Lederer* de Gustav Klimt.

La influencia de Gustav Klimt también puede apreciarse en piezas de Balenciaga, Julien Fournié, Esther Noriega y Lily Cole, muestras de ellos son las siguientes figuras.



Figura 349 y 350. Izquierda Balenciaga homenajea a Klimt con esta creación de Alta Costura. Derecha, el diseñador francés Julien Fournié tomó inspiración a partir del pintor austriaco Gustav Klimt, de quien capturó su particular “etapa dorada” para aplicarla en telas y detalles dentro de sus elegantes prendas.



Figura 351. Esther Noriega Diseño de la colección Emilie, presentada en Mercedes-Benz *Fashion Week* Madrid. 2014. Figura 352. Diseño de Lily Cole, 2012.

4.3.2. .EGON SHIELE

En sólo 28 años de vida Egon Schiele (1890-1918) desarrolló un estilo que se despegó de la armonía de Gustav Klimt y evolucionó hacia un estudio pionero del cuerpo humano entre lo sexual y lo descarnado⁷⁰³. El sexo era uno de los grandes temas de la sociedad vienesa de principios del siglo XX. Las teorías de Freud causaban furor y rechazo en las mentalidades burguesas decimonónicas, que dudaban entre la represión y la liberación a la hora de afrontar una nueva visión de la vida sexual.

Klimt (mentor de Schiele) comenzó a retar el oficialismo del arte austriaco con unos frescos que iniciaron su escalada hacia el erotismo y lo alejaron de las academias acusado de “pornografía” y “excesiva perversión”. Egon Schiele continuó con la provocación, pero no por simple estrategia propagandística: el sexo era para el artista el modo de expresar un universo individual, desinhibido y feroz. No contemplaba el pudor como posible freno para su arte ni aplicaba en el plano personal los códigos morales burgueses. Su corta biografía tiene claros y oscuros en la extraña relación que mantuvo con su hermana Gertrude (Gerti) -a la que retrató desnuda desde la preadolescencia-, en la ira de los habitantes de Krumau (en la Bohemia meridional, donde Schiele y su amante Wally intentaron huir del corsé ideológico de Viena y vivir juntos sin estar casados), en su detención y encarcelamiento tras ser acusado de abuso y rapto de menores tras retratar a niños desnudos en el pueblo austriaco de Neulengbach.

La pasión de Schiele por la ropa era tal que llegó incluso a diseñarse su propia vestimenta. Teniendo en cuenta esto los trajes de este artista podrían llamar la atención. Es de notar la semejanza entre autoretrato con traje de calle y los diseños de trajes de moda que realizará para el Wiener Werkstatte ese mismo año. El fotógrafo polaco Peter

⁷⁰³ Helena Celdrán artículo *Egon Schiele, el pintor sexual y descarnado*. Publicado en el diario 20 minutos. Enero 2013.

Linderbergh, quiso homenajear a este artista con esta sesión de fotos tomadas junto a la artista Julianne Moore⁷⁰⁴.



Figura 353 y 354. Julianne Moore como *Famous Works of Art* by Peter Linderbergh for *Harper's Bazaar* Broken Cookies. Inspiración Egon Schiele.

⁷⁰⁴ Julieta Sanguino artículo Julian Moore da vida a grandes obras de arte. En <http://culturacolectiva.com/julianne-moore-da-vida-a-grandes-pinturas-del-arte/>

Christophere Kane, uno de los diseñadores británicos más prometedores de los últimos años, presentó un desfile repleto de prendas delicadas; bordadas en su mayoría con siluetas de cuerpos desnudos que parecían jugar, en ocasiones, con las propias modelos, y que no podemos evitar relacionar con los dibujos de Egon Schiele o *La Danza* de Matisse.



Figura 355. Pieza de la colección otoño-invierno de Kane 2015. Cuadro *Mutter und Tochter* de Egon Shiele, 1913.



Figura 356. Pieza de la colección otoño-invierno de Kane 2015. Cuadro *Pareja embarazada* de Egon Shiele, 1911.

4.4. EXPRESIONISMO

El expresionismo una corriente artística que busca la expresión de los sentimientos y las emociones del autor más que la representación de la realidad objetiva. Revela el lado pesimista de la vida generado por las circunstancias históricas del momento. La cara oculta de la modernización, la alineación, el aislamiento, la masificación, se hizo patente en las grandes ciudades y los artistas, creyeron que debían captar los sentimientos más íntimos del ser humano. La angustia existencial es el principal motor de su estética. El fin es potenciar el impacto emocional del espectador distorsionando y exagerando los temas. Representan las emociones sin preocuparse de la realidad externa, sino de la naturaleza interna y de las impresiones que despierta en el observador. La fuerza psicológica y expresiva se plasma a través de los colores fuertes y puros, las formas retorcidas y la composición agresiva. No importa ni la luz ni la perspectiva, que se altera intencionadamente⁷⁰⁵.

La obra de arte expresionista presenta una escena dramática, una tragedia interior. De aquí que los personajes que aparecen más que seres humanos concretos reproduzcan tipos. El primitivismo de las esculturas y máscaras de África y Oceanía también supuso para los artistas una gran fuente de inspiración.

Encontramos algunas raíces del expresionismo en las *Pinturas negras*⁷⁰⁶ de Goya, que rompe con las convicciones con las que se representaban las anatomías para sumergirse en el mundo interior⁷⁰⁷. Sin embargo, los referentes inmediatos son Van Gogh y Gauguin, tanto por la técnica como por la profundidad psicológica. Otro grupo de gran influencia es el simbolismo, entendido como la búsqueda en la cual el artista, limitando

⁷⁰⁵ Información obtenida del artículo Expresionismo en ArteEspaña.

⁷⁰⁶ El conjunto de catorce escenas al que pertenece esta obra se ha popularizado con el título de *Pinturas Negras* por el uso que en ellas se hizo de pigmentos oscuros y negros y, asimismo, por lo sombrío de los temas. Las *Pinturas Negras* se pintaron directamente sobre la pared seca, no al fresco, y en la mezcla de los pigmentos se utilizó el óleo, según indican los análisis químicos realizados en el Museo del Prado.

⁷⁰⁷ Información obtenida del artículo Expresionismo en ArteEspaña.

la pintura objetiva, concreta los sentimientos, los estados del alma, los miedos subjetivos, las fantasías y los sueños.

4.4.1. VASILY KANDINSKY

El expresionismo fue un movimiento artístico que buscaba usar la pintura para mostrar la libertad individual y la energía por medio del color. Son muchas las referencias que se han dado cita en la moda con respecto a este movimiento. Empezamos con un Alexander McQueen que rindió homenaje al expresionismo y abstracción del ruso Vasily Kandinsky.



Figura 357. Diseño de la colección otoño-invierno de McQueen 2001, inspirado en la obra *Il Blau* de Vasily Kandinsky, 1925.

Los diseñadores Vasquez & García, hicieron una presentación muy juvenil, moderna y fresca. Los accesorios y piezas estaban inspirados en las obras del pintor ruso Vassily Kandinsky, precursor de la pintura abstracta, con el manejo de materiales como el plástico, el aluminio y el acetato.



Figura 358. Diseño de Vasquez & García primavera-verano del 2013.

Mario Ximénez cita en su artículo sobre Ulises Mérida⁷⁰⁸:

No son las formas exteriores las que materializan el contenido de una obra, sino las fuerzas vivas inherentes a la forma, o sea, las tensiones. Esta cita que explica una de las

⁷⁰⁸ Mario Ximénez, artículo Úlises Mérida .Publicado en www.vogue.es.

teorías de Kandinsky precursor de la abstracción, ha inspirado los enrevesados nudos con los que Ulises Mérida nos hizo soñar el cuarto día de Mercedes-Benz *Fashion Week* Madrid. *Púlsar* ha sido la primera colección que el diseñador presentó en la pasarela madrileña, el impecable corte de las prendas, sumado a las esta original y precisa ejecución han dejado al público con ganas de volver a ver obras de este joven diseñador.



Figura 359. Dos piezas de la colección otoño-invierno de Ulises Merídanos 2014.

Evidentemente, la forma más simple de hacer homenaje a este movimiento y en concreto a este autor fue usando las pinceladas y colores intensos del expresionismo. Chanel para el verano 2014 empezó con esta tendencia pero fueron otros como Dries

Van Noten y Saloni para el verano 2015, los que dieron una lección de estilo al mezclar esta intensidad con los géneros más livianos, un aire fresco lleno de verano y de energía.



Figura 360. Abrigo de Chanel 2014 inspirado en la obra *Soft Pressure* de Vasily Kandinsky 1931.



Figura 361. Modelo de la colección 2015 de Dries Van Noten inspirado en la obra *Picture with a black arch* de Kandinsky.



Figura 362 y Figura 363. Diseño de Saloni colección primavera-verano del 2015 inspirado en Kandinsky.

4.4.2. JACKSON POLLOCK Y EL EXPRESIONISMO ABSTRACTO

El expresionismo abstracto es un movimiento que nace en Estados Unidos hacia 1947, fecha en la que la mayor parte de los artistas más importantes de esta corriente se apartan del lenguaje figurativo y crean un nuevo estilo en donde se fusionan abstracción y surrealismo⁷⁰⁹. De éste, toman el automatismo, además de experimentar con nuevas técnicas practican un arte marcadamente individualizado en el que prima la expresión de la personalidad del artista. La época de mayor auge de este movimiento coincide con el momento en que el arte americano logra alcanzar su propia identidad y desvincularse de la influencia del arte europeo.

La presencia de importantes artistas de las vanguardias europeas en Nueva York tras el estallido de la Segunda Guerra Mundial, y en especial la del grupo surrealista en pleno determina e influye de manera decisiva en el nacimiento de esta nueva corriente. En el expresionismo abstracto se pueden distinguir dos grandes vías: la gestual o pintura de acción (*action painting*) y la pintura de superficie-color (*color field-painting*). En la pintura de acción encontramos artistas como Pollock, de Kooning, Kline, Motherwell, Gorky y Hoffmann. Estos artistas conciben la creación pictórica como un verdadero ritual y utilizan la pintura para dar rienda suelta a sus estados de ánimo.

La aceptación del expresionismo abstracto como movimiento artístico a comienzos de los años 50 y su aparición en los medios de masas hicieron que las *action painting* de Pollock se convirtieran en bienes de consumo para una sociedad en la que imperaba el interés del mercado y en una de las tendencias de la época.

Este hecho no pasó inadvertido para el mundo de la moda y en 1951 la revista *Vogue* publicó una serie de fotografías realizadas por Cecil Beaton con las obras de Pollock

⁷⁰⁹ Artículo publicado en jacksonpollocksigloxx.wordpress.com/expresionismo-abstracto/

como fondo, a modo de paneles decorativos, de unas imágenes que combinan lo mejor de la moda y el arte americanos de la época. Un año antes esa sesión de fotos, en agosto de 1949, la revista *Life* había incluido un artículo con el siguiente titular: “Es Jackson Pollock el artista vivo más importante de EE.UU?”⁷¹⁰. Pollock y sus drip paintings estaban de moda, pero a lo largo de su carrera no todo fueron elogios⁷¹⁰.



Figura 364. Una de las fotografías de *American Fashion: The New Soft Look* realizadas por Cecil Beaton y publicadas en *Vogue* en Marzo de 1951. Detrás de la modelo se puede ver la obra de Pollock *Autumn Rythm* (Number 30).

El arte de Pollock se hizo notar en el editorial de *Vogue* Alemania, el arte y la moda juntos, exitosa combinación, con prendas como Prada, Chloe o Altuzarra. Un gran trabajo de los fotógrafos Sebastian Kim y Katie Mossman.

⁷¹⁰ Información extraída del artículo Expresionismo abstracto 1,2,3..Splash. The art showroom



Figura 365. De Jackson Pollock a Willem de Kooning, el arte abstracto está presente en el editorial de Vogue Alemania. Arte y moda van de la mano en estas imágenes que parecen un auténtico cuadro, eso sí, con prendas de firmas como Prada, Chloe o Altuzarra.

Roy Halston, uno de los grandes nombres de la moda americana de los años setenta, se inspiró directamente en los motivos abstractos de Pollock para crear en 1969 este vestido en tricot estampado⁷¹¹. No es casual que el diseñador se fijara en uno de los artistas más importantes de la historia del arte ya que antes de dedicarse a la moda se formó en la Escuela de Arte del Institute of Art de Chicago y su relación personal y profesional con Andy Warhol es un buen ejemplo de lo bien que pueden llevarse la moda y arte.



Figura 366. Vestido tricot estampado de Roy Halston, 1969.

⁷¹¹ Ibidem.

Alexander McQueen cerró su pasarela primavera-verano 1999 con un sorprendente espectáculo en el que dos robots de una cadena de montaje de coches convirtieron a la modelo Shalem Harlow en un gran cuadro (Véase anexo de muestreo, ejemplo nº 5 página 931).

No han sido pocos los diseñadores que han trabajado con este "impulso Pollock", que convierte cada prenda en un objeto único fruto de la aleatoriedad de la pintura, que cae donde caprichosamente desea. Esta performance puede verse en el video Alexander McQueen *Savage Beauty* The Metropolitan Museum of Art, New York⁷¹².



Como estamos viendo en este capítulo, la moda se ha nutrido del arte, pero probablemente no fue hasta que Alexander McQueen irrumpiese con sus irreverentes espectáculos, cuando moda y arte empezaron a fusionarse de una manera más plástica, más conceptual. En cierto modo, McQueen fue pionero en dejar algo apartada la parte comercial del negocio para convertir la pasarela en una proyección de arte efímero que buscaba provocar las emociones más extremas del espectador.

⁷¹² www.youtube.com/watch?v=P13oZsD-t4s

En 2008 Dolce & Gabbana nos sorprendió con su colección de primavera- verano inspirada en Jackson Pollock representante del expresionismo abstracto, incluso la campaña publicitaria da una idea de que las modelos están en un estudio de arte.



Figuras 367 y 368. Imágenes de la campaña primavera-verano 2008 Dolce & Gabbana.



Figura 369, 370, 371 y 372. Piezas del desfile de la colección primavera-verano 2008 de Dolce & Gabbana.

En el año 2008, el modisto Yves Saint Laurent se inspiró en la obra de Jackson Pollock para crear su colección *Resort* primavera-verano. Presentamos las siguientes piezas en representación de la colección.



Figura 373. Dos muestras de la colección *Resort* de Yves Saint Laurent.

Más recientemente, diseñadores como Christian Louboutin y Bottega Veneta han incluido en sus colecciones zapatos con un estampado que nos recuerdan a las obras de Pollock y sus botas customizadas.



Figura 374. Diseño de Christian Loubotin inspirados en Pollock. Colección primavera-verano 2012.



Figura 375. Diseños de Bottega Veneta inspirados en Pollock. Colección otoño-invierno 2011.

Recientemente, en el 2012 *Never Denim* ha vuelto a recoger este impulso plástico que, al igual que la obra de Pollock, parece ser atemporal.



Figura 376. Muestras de la colección *Ready to Wear* Never Denim 2012.

Fue en 2013 cuando *Maison* Martin Margiela recuperó aquella técnica explosiva del famoso expresionista abstracto Jackson Pollock para salpicar de un efecto multicolor las punteras de una de sus zapatillas más vendidas. La irreverente visión que tienen de la moda en la *Maison* Martin Margiela encajaba muy bien con la decisión de la firma de recuperar aquella forma de salpicar pintura de varios colores de forma espontánea y caótica sobre cualquier superficie.



Figura 377. Zapatillas de Martin Margiela 2013.

4.5. CUBISMO

El movimiento nació en Francia y tuvo su apogeo entre 1907 y 1914. El término cubismo proviene del vocablo francés *cube*, que fue propuesto por el crítico Louis Vauxcelles⁷¹³. Este especialista hacía referencia a los cubos que aparecían en las pinturas de artistas como Pablo Picasso, Juan Gris y Georges Braque, entre otros exponentes del cubismo.

A partir de esta escuela estética se desarrollaron otras vanguardias europeas que revolucionaron el panorama artístico del siglo XX. Sin embargo, el cubismo está considerado como una vanguardia pionera ya que se encargó de romper con la perspectiva, el último principio renacentista que seguía vigente a comienzos de siglo⁷¹⁴. Los cubistas buscaban descomponer las formas naturales y presentarlas mediante figuras geométricas que fragmentaban las superficies y las líneas. Esta perspectiva múltiple permitió, por ejemplo, reflejar un rostro tanto de frente como de perfil, ambos a la vez.

Otra característica del cubismo es la utilización de colores apagados como el verde y el gris, sobre todo en la primera época del movimiento. Con el tiempo, los cubistas comenzaron a incorporar colores más vivos. Cabe destacar que, más allá de la pintura, el cubismo llegó a la literatura. Los caligramas combinan la poesía con los dibujos, al

⁷¹³ Fue uno de los críticos de arte más influyentes de inicios del siglo XX. Es conocido por haber dado nombre al fauvismo y al cubismo. Con el sobrenombre de Louis Mayer colaboró con distintas publicaciones como, *L'Art et la Vie*, haciendo críticas de las exposiciones artísticas parisinas. De fuerte espíritu conservador nunca comprendió la causa del Vanguardismo al que desacreditaba en sus artículos. Así escribió una crítica sobre el Salón de otoño de 1905, en la que exponían artistas como Henri Matisse, titulado Donatello parmi les Fauves (Donatello entre las fieras), que dio origen al término Fauvismo. En noviembre de 1908 en su crítica de la exposición de Georges Braque en la galería de Kahnweiler, Vauxcelles escribió "[...] réduit tout, sites figures *maisons*, à des schémas géométriques, à des cubes", catalogando el estilo del artista como de "bizarreries cubiques", expresión de la cual deriva el término cubismo.

⁷¹⁴ Artículo El cubismo, Pablo Picasso y Fernando Llort. Blog descubriendo más. Publicado en junio 2015.

organizar el texto de una manera particular. El poeta francés Guillaume Apollinaire fue uno de los principales creadores de caligrama⁷¹⁵.

El cubismo no sólo supuso una revolución en el mundo artístico; también dejó una clara influencia en otros ámbitos, como el de la moda. La moda de la época cubista renuncia al volumen en busca del plano, la transparencia y la superposición de capas. Las referencias para el diseñador del momento serán el cilindro y el plano, al igual que para el pintor. La silueta “S” de la *Belle Époque*, será sustituida por la llamada “Boticelli” en forma de “T”, en la que se propugnaba la naturalidad del cuerpo femenino al servicio de la belleza sin encorsetamiento⁷¹⁶.

En 1998, el Metropolitan Museum de Nueva York inauguró la exposición *Cubism and fashion*, cuyo objetivo era explorar las relaciones que los diseñadores han establecido desde principios del siglo XX con el cubismo en todas sus formas posibles. Richard Martin curador de la muestra planteaba los cambios fundamentales que sufrió la moda exponiendo al cubismo como causa de las formas modernas de la moda⁷¹⁷.

Los vestidos con estampados y formas geométricas de Sonia Delaunay serían uno de los primeros encuentros de la moda con el estilo creado por Picasso y Braque.

Durante los años 20 y 30, las formas geométricas se introdujeron con fuerza en el vestuario, especialmente en el femenino, debido a la actividad de diseñadores como Madeleine Vionnet, Paul Poiret, Callot Soeurs, Jacques Doucet o Chanel cuyas creaciones reflejan la influencia del cubismo no sólo a través de la geometría, sino

⁷¹⁵ Es un poema, frase, palabra o un conjunto de palabras cuyo propósito es formar una figura acerca de lo que trata el poema, en la cual la tipografía, caligrafía o el texto manuscrito se arregla o configura de tal manera que crea una especie de imagen visual (poesía visual). La imagen creada por las palabras expresa visualmente lo que la palabra o palabras dicen. En un poema, este manifiesta el tema presentado por el texto del poema. En la modernidad se dio con las vanguardias que buscaban la ruptura y la innovación a principios del siglo XX, y más concretamente con el cubismo literario y los posteriores creacionismo y ultraísmo; el poeta cubista francés Guillaume Apollinaire fue un famoso creador de caligramas.

⁷¹⁶ Peyri, C. (1990). *La moda imagen de la historia*. Barcelona.

⁷¹⁷ Exposición: *Cubism and Fashion*. Curador: Martin Richard. The Metropolitan of Art. Diciembre 1998- Marzo 1999.

también de los colores y la asimetría, además de la reducción del volumen y pomposidad con respecto a la moda del siglo XIX, sentando un precedente para todo lo que ha venido después.

En los años 40 y 50, diseñadores estadounidenses, como Gilbert Adrian o Charles James, continuaron jugando con los colores, las formas, los volúmenes y los brillos de los tejidos, llegando a soluciones que también se han asociado a los cuadros y las esculturas cubistas.

Durante las décadas siguientes, otros movimientos artísticos, como el pop art, tuvieron más influencia en el mundo de la moda que el estilo creado por Picasso y Braque. Sin embargo, en las últimas décadas ha habido un gran número de diseñadores que han recuperado la idea de copiar o recrear las formas de las obras cubistas, con resultados muy diferentes.

Los principales temas serán los retratos y las naturalezas muertas urbanas, se recurre a objetos que, por su sencillez, facilitaban su reducción geométrica, mientras que por su familiaridad eran fácilmente identificables. El movimiento puede dividirse en cuatro etapas que nos ayudarían a entender el proceso seguido por estos artistas, pero no es el lugar de tanto análisis (aunque sin duda es apasionante). Pero apuntaremos siguiendo a la revista *Gil Blas* y a *Salmon*, que el principio clave de la pintura cubista era la primacía de la mente sobre el ojo. El impacto en la sociedad de los trabajos de Picasso empezó a hilvanarse en los diseños modernos, simplificando los patrones y reduciendo los cuerpos.

A partir de 1908 la moda renunció al volumen y fue a buscar el plano, las transparencias y la superposición de capas. Es lo que se llamó el "desinflamamiento" del vestido. Todos

estos cambios los pusieron en práctica los diseñadores de comienzos de siglo⁷¹⁸. Quizá el caso más significativo sea el de Yves Saint Laurent, coleccionista de arte y gran admirador de un gran número de artistas a los que homenajeó con sus creaciones. Entre éstos se encuentran Van Gogh, Mondrian, Matisse, Tom Wesselman, Braque, y también Picasso, a quien dedicó una colección en 1980. Al contrario que los diseñadores anteriores, Saint Laurent recrea en sus piezas los elementos figurativos que forman parte del universo cubista, como la guitarra.

Una de las creadoras actuales que destacaremos es Ana Locking, diseñadora, artista y fotógrafa que en 1996 crea su propia firma, Locking Shocking. Ana mantiene lazos con otras disciplinas artísticas debidas, en parte, a su formación en Bellas Artes. Es quizá una de las actuales diseñadoras que más se ha inspirado en esta corriente de vanguardia artística. Sus diseños resaltan las líneas, las formas geométricas, los colores en contraste y las perspectivas de una misma prenda.



⁷¹⁸ Alonso Merchán. Arte y Moda publicado en <http://alonsomerchan.blogspot.com.es/2012/11/cubismo.html>



Figuras 378 y 379. Diseños de Ana Locking, otoño-invierno 2012/13.

La inspiración cubista es muy clara en muchos de los diseños de la colección *Resort* 2012 de Óscar de la Renta.



Figura 380. Diseños de la colección *Resort* de óscar de la Renta 2012.

El cubismo y el orfismo, inspiraron la nueva colección *Prêt-à-Porter* de la española Amaya Arzuaga, inundada de punto grueso, mohair y mezclas insospechadas de materias. *Todo gira en torno a lo mismo; la primera idea de la colección surgió viendo una exposición de arte cubista*, comentó la modista, que indagó, en particular, en las

derivaciones de esa corriente artística encabezada por pintores como Pablo Picasso y Juan Gris.

La idea le llevó a entrar en contacto con la obra de Sonia Delaunay y con las célebres yuxtaposiciones de colores puros, rotos en prismas, con los que la artista fusionó las formas del cubismo y la rica paleta de pintores como Paul Gauguin y Van Gogh. Llevado al terreno de Arzuaga, que se mueve "mejor en colores oscuros", según comentó, la luminosidad orfista produjo sobre su pasarela rojos sangre, azules y verdes petróleo luminosos, pero también colores naturales, piedras y tostados, algunos grises, mucho negro y mucho marino.



Figuras 381, 382, 383 y 384. Diseños de la colección de Amaya Arzuaga inspirados en el cubismo, 2012.

Más recientemente, varios diseñadores han asimilado los elementos del cubismo (o sus derivados) que más les han interesado, aportando nuevas interpretaciones muy personales de este estilo dentro del mundo de la moda. Amaya Arzuaga, Martin Margiela, Céline, Alexander McQueen y un largo etcétera se han inspirado en los últimos años en la geometría y el futurismo; también en la obra de Sonia Delaunay y el Orfismo⁷¹⁹.



Figura 385. Diseño de Alexander McQueen primavera-verano 2014.



Figura 386. Diseño de la colección primavera-verano 2014 de Martin Margiela.

⁷¹⁹ Tendencia del cubismo que se inicia en 1912 y que se caracteriza por la exaltación de la luz y el color.

Fausto Puglisi, director creativo de Ungaro, también destacó en su colección del 2014 su inspiración cubista. Las geometrías y las variaciones de color, como el rojo, lavanda, amarillo, verde, negro y blanco fueron los protagonistas principales de esta colección.



Figura 387. Vestido de la colección 2014 de Fausto Puglisi.

4 5.1. SONIA DELAUNAY

Comenzamos este recorrido con la famosa artista rusa Sonia Delaunay y su influencia en la moda.

*Sonia Delaunay-Terk ha venido desde Oriente hasta Occidente, trayendo con ella ese calor, ese misticismo característico y clásico. Como todos los artistas y poetas de Oriente, posee el color en estado atávico*⁷²⁰.

De este modo describía en 1938 el francés Robert Delaunay⁷²¹, uno de los más importantes pintores abstractos y teóricos de la vanguardia, a su mujer, la también artista Sonia Delaunay, con la cual se había casado años antes. En efecto, Sonia había llegado a la capital francesa desde Rusia, origen mítico para las vanguardias parisienses. Trajo consigo el aura compartida por personajes esenciales, si bien a veces eclipsados por la fama de sus amantes o maridos, como la propia Gala -que sería primero la mujer del poeta Paul Eluard, luego la amante del pintor Max Ernst y por último la esposa de Salvador Dalí-; la escritora Elsa Triolet, muy ligada al surrealista Luis Aragon, o la también escritora Lou-Andreas Salomé, amiga, entre otros, del poeta Rilke⁷²².

Sonia había nacido en el seno de una familia judía en Odessa (Ucrania) el 14 de noviembre de 1885. Al poco tiempo se trasladó a San Petersburgo, bajo la tutela de su tío materno Henri Terk, y cambiaba su destino, su nombre y su apellido. La acoge una

⁷²⁰ Estrella De Diego. La aventura colorista de Delaunay. El País Semanal.Marzo 2015.

⁷²¹ El pintor y teórico francés, Robert Delaunay, es una de las figuras más relevantes para comprender el nacimiento de la abstracción a principios del siglo XX. Tras su formación como escenógrafo, hacia 1905 se interesó por los postimpresionistas Gauguin y Seurat y por los estudios sobre el color de Michel-Eugène Chevreul. Participó en los inicios del cubismo, si bien su interés por los contrastes de color y la disolución de la forma a través de la luz marcarían una nota divergente que Guillaume Apollinaire clasificaría como orfismo en 1912. Las series La iglesia de Saint-Séverin, La Torre Eiffel y Las ventanas simultáneas marcaron este camino que acabaría desembocando en la abstracción.

⁷²² Estrella De Diego. La aventura colorista de Delaunay. El País Semanal.Marzo 2015.

familia de muy buena posición social, que ofrece a la joven la posibilidad de una esmerada educación -con visitas a los grandes museos -europeos incluidas- y una completísima biblioteca. Pero sobre todo recibe sólida formación en varias lenguas, dado que entonces daba prestigio hablar francés o alemán, incluso en casa, entre las clases altas rusas. Ese dominio lingüístico abriría muchas puertas a Sonia a lo largo de su vida y contribuyó a su función como agitadora cultural. Desde sus incursiones como traductora de libros estratégicos de Kandinsky hasta las relaciones con la galería berlinesa Der Sturm, con la cual, y gracias a su mediación, expondría primero el marido y luego ella misma en los años previos a la guerra.

Precisamente esas posibilidades que le brindó su familia de adopción le conducen hasta Alemania en 1904. Allí estudia pintura en la Academia de Bellas Artes de Karlsruhe con Ludwig Schmid-Reutte, formación que proseguirá dos años más tarde en París, ciudad que abre sus ojos al color a través de los fauvistas -en especial, Matisse-. No tardó en hacerse un hueco entre los pintores de la ciudad a través del marchante homosexual Wilhelm Uhde, con quien contrajo matrimonio de conveniencia en 1908 para evitar el regreso a Rusia, apremiada por la familia. Ya mostraba, pues, con esos pocos años, la manera resuelta de actuar de las rusas, igual que la joven Gala cruzaba Europa en medio de la guerra, tras haber conocido a Paul Eluard en Suiza, para instalarse en casa de los futuros suegros en París.

Sea como fuere, el rumbo de la vida de Sonia se transforma por completo cuando encuentra al pintor Robert Delaunay, con quien se casa en 1911. Juntos emprenden una aventura artística que no es sino la investigación que lleva al cubismo un paso más allá a través del uso de los colores. A lo largo de su vida en común crean, de hecho, una simbiosis en la cual los papeles están bien divididos y al tiempo forman un todo sólido. El arte pictórico de Robert es la otra cara de las artes aplicadas de Sonia, aunque en

muchos casos es ella quien toma la iniciativa, quien apura la investigación un paso más allá, tal y como ocurre con otras parejas famosas y coetáneas -por ejemplo, Hans Arp y Sophie Taeuber-Arp, con los cuales los Delaunay compartirán inquietudes y amistad en varios momentos de sus vidas-.

Al lado de Robert crece Sonia, igual que Robert crece al lado de Sonia. Lo cuenta el poeta Apollinaire, amigo de la pareja, de ese modo magistral en el que describe las cosas: *Cuando se despiertan, los Delaunay hablan pintura*. Es una frase en la cual se cuenta el relato completo: la idea de levantarse juntos y hablar no “de pintura”, sino “pintura”, como quien habla el lenguaje de los colores que ambos entienden, aman y comparten. Por eso, cuando nace su hijo, Sonia se apresura a hacerle una colcha para la cuna con trozos de tela de colores, una especie de patchwork que es para muchos el origen de su modo de acercarse al arte.



Figura 388. Colcha realizada por Sonia Delaunay.

De alguna manera es el inicio de sus *Vestidos simultáneos* que desde 1913 proponen la otra cara de la búsqueda del color de Robert Delaunay.



Figura 389. Vestidos simultáneos (Tres mujeres, formas y colores) 1925 de Sonia Delaunay.

Esa apuesta por las llamadas “Artes Aplicadas” tiene sus raíces en el movimiento Arts and Crafts inglés⁷²³, donde una pintura no es superior al diseño de un vestido o un jarrón. Es la idea de la convivencia del arte y la artesanía que otras artistas del momento, como la citada Taeuber-Arp, llevan a cabo con sus diseños de telas, juguetes o tapices. Y es además algo muy ruso: la fascinación por lo popular que se pone de moda entre los artistas como el propio Kandinsky por esas mismas fechas; algo que representa la búsqueda de lo vernáculo y, sobre todo, de lo auténtico a través de un remedo de los bordados tradicionales a los que regresarán Gala, quien diseñaba su ropa, o Elsa Troilet con sus diseños de collares.

⁷²³ El Arts & Crafts se asocia sobre todo con la figura de William Morris, artesano, impresor, diseñador, escritor, poeta, activista político y, en fin, hombre polifacético que se ocupó de la recuperación de artes y oficios medievales, renegando de las nacientes formas de producción en masa. Aparte de William Morris, sus principales impulsores fueron Charles Robert Ashbee, T. J. Cobden Sanderson, Walter Crane, Phoebe Anna Traquair, Herbert Tudor Buckland, Charles Rennie Mackintosh, Christopher Dresser, Edwin Lutyens, Ernest Gimson, Gustav Stickley, y los artistas del movimiento prerrafaelita.

En ese mismo año, 1913, emerge una publicación fascinante: una especie de libro de artista que Sonia crea junto a Blaise Cendrars, al cual conoce en casa del poeta Apollinaire. *Prosa del Transiberiano y de la pequeña Juana de Francia* aparece en París y es el soporte donde el verso libre del maravilloso escritor suizo se encuentra con ese juego de colores que propone Sonia, al estilo del traje de un arlequín. Son los mismos colores de sus originales creaciones en tela, en piel, zapatos, bolsos, vestidos, abrigos, capas, coches... Diseños que a lo largo de los años perfecciona, matiza, produce... Diseños que a mediados de los años veinte manufactura a través de los grandes almacenes holandeses de objetos de alta gama Mertz & Co., después de que el dueño conozca el trabajo de Sonia Delaunay en la gran Exposición Internacional de las Artes Decorativas, de 1925, donde se establece la supremacía del Art Déco, la fascinación, pues, hacia el objeto sofisticado fabricado en serie.

En esos años diez, momento en que empieza a crear sus juegos de simultaneísmos, la casa de los Delaunay en París es un centro de ebullición de la vanguardia por donde pasan poetas, escritores, artistas. Se trata además de una casa también decorada a la manera simultánea, donde todo se implica con ese estilo de colores opuestos en busca de la armonía. Al final, los que la visitan se quedan fascinados por esa mujer que, como titula su autobiografía, publicada en 1979, *Subiremos hasta el sol*, estaba dispuesta a llegar hasta lo más alto, lo más brillante, lo más lúcido. También en Madrid -donde la guerra sorprende a la pareja y donde Sonia abre en 1918 Casa Sonia, en la calle de Columela, una tienda de diseño que viste a la aristocracia de la ciudad-, la sociedad se queda cautivada por la fuerza de la mujer. Esto fue gracias al éxito que tuvieron las creaciones que Sonia hizo para las cuatro hijas del marqués de Urquijo, aparte del diseño de vestuario del Ballet *Cleopatra* que Sonia creó para los Ballets Rusos en Barcelona, gracias a la influencia de Diaghilev.



Figura 390. Traje diseñado por Sonia Delaunay para el ballet ruso de *Cleopatra*, 1918.

Muchos hablan de ella, desde Ramón Gómez de la Serna hasta el escritor Guillermo de Torre, quien la describe de este modo en la revista *Alfar* el año 1923: *¿Quién ha sido el Hada generosa que con las solas llaves de sus manos ha abierto la prisión, dejando que se desparramen los colores en nuestra casa y nuestro indumento, como una bandada de niños o de pájaros?*⁷²⁴

Acabada la guerra y de regreso a París en 1921, Sonia y Robert Delaunay volverán a ser el centro de atención, y su casa, decorada por poetas, como recuerda Crevel⁷²⁵, era otra vez un punto de atracción para las nuevas vanguardias -desde el dadaísta Tzara hasta el joven André Breton-. Sonia establece entonces su marca *Simultané*, en 1925, tratando también de hacer dinero después de que, tras la revolución rusa de 1917, le fueran confiscados los bienes que procuraban a la pareja un modo de vida desahogado. En

⁷²⁴ Cansino Assens, Rafael. La gloria y la memoria. El ultraísmo iberoamericano suivant les traces. 2012. Pág 188.

⁷²⁵ Fue un escritor francés integrante del movimiento surrealista.

aquella época, también debido a la exposición de 1925, las artes aplicadas son tan esenciales como la propia pintura, y Sonia Delaunay es incluida en la exposición de Cercle et Carré, el grupo constituido a finales de los veinte por Sempour y Torre García, que trataban de reunir a los artistas no figurativos. En sus dibujos la artista desafía lo establecido y lo vence de un modo magistral.

Después la historia del arte se volvería conservadora y empezaría a priorizar la pintura por encima de las artes aplicadas y la fama pasaría al marido, pintor. Porque al fin y al cabo, para esa historia del arte conservadora, Sonia era poco más que una diseñadora, una constructora de moda y de objetos. Y pese a todo, esta mujer inteligente no solo colaboró con grandes nombres de la vanguardia en experimentos innovadores como el libro de Cendrars o los figurines para Tzara, sino que supo buscar el significado de las cosas en una construcción del mundo que tenía algo de teatro global, el que bebía de las Arts and Crafts de William Morris, donde se buscaba una imagen unitaria, de lo pequeño a lo grande, el recorrido que Sonia Delaunay persigue con la aventura de los colores hasta su muerte en París el año 1979.

A través de su marca de ropa, Delaunay consiguió vestir de coloridos estampados a famosas como Gloria Swanson, e incluso ideó la estética de los autos Citroën. A través de espacios como el Smithsonian, el legado textil de esta casa de moda puede ser recorrido en diferentes exhibiciones, las que incluyen un análisis sobre el rol de Sonia Delaunay como la nueva mujer de los años 20. La artista convertida en diseñadora, vivió plenamente de lo que más amaba hacer, hasta su muerte en 1979.



Figura 391. Coche pintado y vestuario realizado por Delanuay en 1925.



Figura 392. Varios modelos de Delaunay, 1923.



Figura 393. Muestrario de algunos de los estampados creados por Delaunay.

La obra de Delaunay también fue la protagonista en las colecciones de otoño-invierno del 2012 de Céline y Giambattista Valli. Más recientemente la artista rusa estuvo presente en la colección de Salvatore Ferragamo *Ready To Wear* 2015.



Figura 394. Céline, colección otoño-invierno 2012. Sonia Delaunay, 1925.



Figura 395. Delaunay 1923, Céline colección otoño-invierno 2012.



Figura 396. *Scottish* 1965 Sonia Delaunay. Céline Abrigo de Alta Costura.



Figura 397. Piezas de la colección otoño-invierno de Valli 2012.

El nombre de la legendaria Sonia Delaunay está de vuelta en el mundo de la moda bajo la dirección de un nuevo director creativo, Alla Maloman. En su colección de primavera-verano 2014, hizo un homenaje a la artista, recordando algunos de sus cuadros en las estampaciones.



Figura 398. Diseños de Alla Malloman para Delaunay en su colección primavera-verano 2014.



Figura 399. *Tableau Rythm* (1938) de Sonia Delaunay. Vestido de la colección primavera-verano 2014.

Vestidos con estampaciones abstractas, líneas, óvalos, rectángulos... La colección de primavera- verano 2014 de Taka Nata se mostró diversa. El punto de partida fueron los Ballets Rusos, continuando con los diseños y obras de Pablo Picasso y Sonia Delaunay.

Los modelos están cerca de formas naranjas, amarillas, rosas, con líneas verticales y horizontales con un aspecto desordenado pero perfectamente aplicado al tejido mostrando una gran precisión matemática. Esta colección está inspirada en Delaunay.



Figura 400. Sonia Delaunay, Composizione con rettangoli e semicerchi 1980.



Figura 401. Sonia Delaunay, Composizione con rettangoli e semicerchi 1980.

El Káiser como muchos lo llaman, convirtió el Grand Palais en una galería de arte. Sus modelos desfilaron ante 75 obras ideadas por él mismo (algunas, con el punto rojo de 'vendido') y ataviadas con unas exquisitas prendas coloridas, en ocasiones a pinceladas multicolores que recordaban a las obras de Sonia Delaunay.



Figura 402 y 403. Modelos de la colección primavera-verano 2014 de Chanel.

Todos los modistos de Alta Costura en algún momento han homenajeado los colores y los tejidos de Sonia, y en la primavera 2015 en colecciones como las de Dsquared2, Jean-Charles de Castelbajac y Ferragamo han trabajado con su estética caleidoscópica. Pero nadie adoptó las ideas experimentales tan al límite como Junya Wanatabe, cuyas confecciones en 3D han trasladado la moda futurista y el orfismo directamente a la vida.



Figura 404. Modelo de la colección Dsquared primavera-verano 2015. *Electric Prisms* 1914 por Sonia Delaunay.



Figura 405. Diseños de la colección otoño-invierno 2015 de Jean-Charles de Castelbajac.



Figura 406. Delaunay's *Rhythm Colour no. 1076*, 1939. Diseño de Wanatabe.



Figura 407. Salvatore Ferragamo *Ready to Wear* otoño-invierno 2015.



Figura 408. Piezas de la colección de Salvatore Ferragamo *Ready to Wear* otoño-invierno 2015.

4.5.2. PABLO PICASSO

Dejamos de lado a Delaunay y nos centramos en otro referente artístico del movimiento, Pablo Picasso. Su tendencia cubista, los estampados geométricos en los vestidos de Elie Saab y de otros muchos diseñadores; Moschino, Jil Sander con Raf Simons a la cabeza, tienen una clara influencia cubista, las rayas tipo marinero que tanto le gustaban al artista han aparecido en multitud de prendas en varias temporadas. Ilustración de Raf Simons para Jil Sander 2012. El blanco nuclear es toda una seña de identidad de la casa alemana. La construcción casi arquitectónica de estas prendas muestra de una manera evidente las referencias a Picasso⁷²⁶.



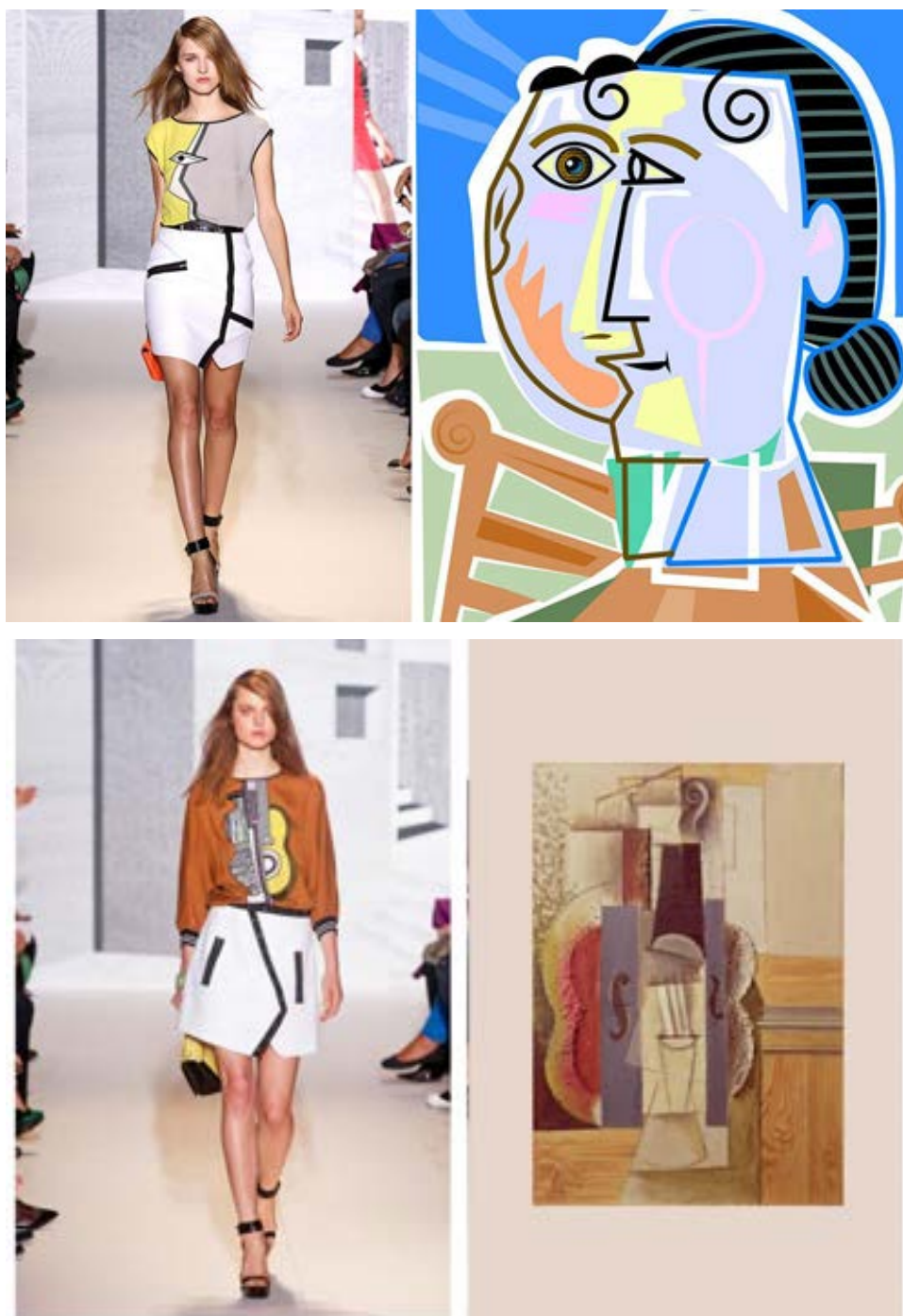
Figura 409. Boceto de Jil Sander para su colección primavera-verano 2012.

⁷²⁶ González, H. *El arte en la moda*, inCover. 27 de marzo de 2012.



Figura 410. *Cara* en cerámica de Vallauris de Pablo Picasso en el desfile de *Ready to Wear* primavera-verano 2012 de Jil Sander. La idea de utilizar el rostro de inconfundibles trazos picassianos fue todo un acierto de la diseñadora alemana.

No hay quien pueda resistirse a la tentación de tener una figura tan icónica en su colección particular. Andrew Gn se sirve para su colección primavera-verano 2014 de los collages y de las naturalezas muertas del genial pintor malagueño Picasso. Introduce en sus diseños las guitarras y el juego de formas y colores.



Figuras 411 y 412. Modelos de la colección primavera-verano 2014 de Andrew Gn inspirados en obras picassianas.

Yves Saint Laurent es un diseñador, al que tendremos presente en varios movimientos, fue un gran coleccionista de arte. Siempre se definió como un pintor frustrado y vivió obsesionado con la idea de hasta dónde hubiera podido llegar como artista de no haber nacido con esa extraordinaria habilidad para el diseño de moda. Su afición por el arte le llevó a homenajear a grandes maestros plásticos, ya hemos visto sus homenajes a Van Gogh y Monet y ahora es el turno de Picasso y Braque. El mismo reconocía que *me he inspirado en un gran número de pintores en mis diseños porque creo que el arte no solo forma parte de la cultura, sino de la vida y hay que mostrárselo a todo el mundo*⁷²⁷.



Figura 413. Diseño de YSL inspirado en el *Arlequin* de Picasso de 1915.

⁷²⁷ “Yves Saint Laurent y el arte”. *Elle* (junio, 2008)



Figura 414. Capa inspirada en Picasso 1988. *Mandolina y guitarra* de Pablo Picasso 1924.

La historia de Coco Chanel no se puede contar sin las pinturas de Pablo Picasso, Juan Gris, José María Sert y Óscar Domínguez elegidas o los bronce de Salvador Dalí.

Las esculturas de Giacometti y figuras criselefantinas de Demetre Chiparus se ponen en relación relacionadas con los Ballets Rusos de Diaghilev⁷²⁸, quien no solo disfrutó de la escenografía picassiana si no también de los diseños de vestuario de la propia Coco Chanel. No podían faltar sus diseños de moda y de zapatos e incluso sus icónicos olores de perfume. Su trabajo y alimentación recíproca entre Coco Chanel y los artistas de vanguardia se puede conocer a través de documentos inéditos donde se muestra la influencia inmensa en la creatividad de todos ellos.

⁷²⁸ Es una figura clave para entender la evolución de la danza en el siglo XX. A través de su compañía, los Ballets Rusos, y bebiendo de la noción de obra de arte total, apostó por la renovación del lenguaje visual, tanto en la coreografía como en la escenografía, la música y el vestuario. Actuó como catalizador en el contexto cultural europeo de principios del siglo XX y dejó un poderoso legado de música, danza y arte que tuvo repercusión a lo largo de todo el siglo. Las representaciones dramáticas de Diaghilev transformaron la danza y generaron un nuevo interés por el ballet en toda Europa y América.

Su moda no estaba exenta de gestos simbólicos, como la introducción de la flor de la camelia en sus diseños debido a la fascinación que supuso la lectura de *La dama de las camelias*, de Alexandre Dumas; también con cierto descaro. Aumentó con sus innovaciones el léxico de la moda con el “little black dress” (pequeño vestido negro), imprescindible en el armario de una mujer según las revistas de moda.

No obstante, fue una figura envuelta en la controversia por diversas cuestiones. Comenzando por su pseudónimo, hay quien dice -como el biofísico Luca Turín- que “Coco” hace referencia a las memorables fiestas de cocaína que organizaba la diseñadora en París. Tampoco dejó clara su posición política, pues fue capaz de financiar un periódico ultranacionalista *Le Témoin* que promovió el antisemitismo durante 1935 y al año siguiente realizar la misma operación con la revista de la izquierda radical *Futur*. Durante la Segunda Guerra Mundial su aversión contra los homosexuales y judíos se incrementó, se tiene constancia y documentación de su actividad como espía o colaboradora nazi.



Figura 415. A la izquierda, telón creado por Pablo Picasso para la producción de ballet *Le Train Bleu* en 1924 (© Victoria and Albert Museum, London © Succession Picasso 2013). A la derecha, dos de los bailarines de esta obra, Lydia Skolova y Anton Dolin, que interpretaron a Perlouse y Beau Gosee, respectivamente (Foto del Hulton Archive Collection, Londres, Reino Unido; © Getty Images/ Sasha).

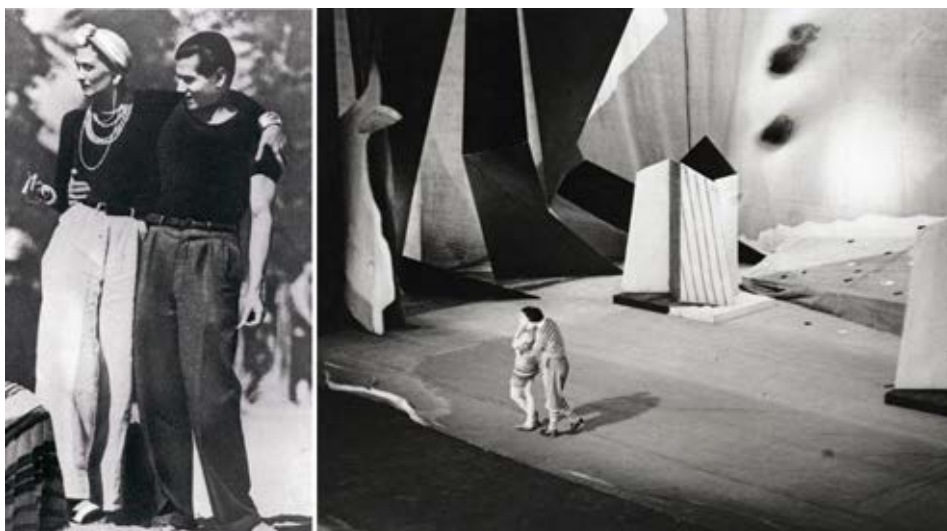


Figura 416. A la izquierda, la diseñadora aparece junto a Serge Lifar. Una instantánea a la que acompaña una dedicatoria: *A mi hermano Serge, Coco* (Foto Jean Moral © Brigitte Moral). A la derecha, una escena de *Le Train Bleu* (BNF/Bibliothèque Musée de l'Opéra, Fonds Boris Kochno, París, Francia; © Bibliothèque Nationale de France).

Los artistas no sólo compartieron vida en una misma ciudad, sino que crearon juntos. En 1922 se ponía en escena en el teatro Atelier *Antígona* de Jean Cocteau, una versión renovada de la obra clásica que necesitaba de un montaje especial, algo que se saliera de la norma, y allí estaba la vanguardia para echarle una mano a Cocteau⁷²⁹. El equipo lo formaron Pablo Picasso, que se encargó de los decorados en violetas y azules con su majestuoso pincel; Arthur Honegger, que compuso la música y Gabrielle Chanel, por su parte, que se puso al mando de la confección del vestuario. Las figuras más relevantes de sus disciplinas juntas en una única obra de arte: Picasso es a la pintura, lo que Chanel es a la moda. El estreno de Cocteau fue un éxito, se representó hasta cien veces y el juego máscaras para el coro y las caras pintadas de los actores impactaron a público y crítica, que la calificó de “ultramoderna”.

⁷²⁹ Sofia Soler. *Lo que Chanel y Picasso tienen en común*. <http://heelmomag.com/2014/07/26/lo-que-chanel-y-picasso-tienen-en-comun/>



Figura 417. Cartel de la obra *Antígona* de Jacques Cocteau de 1922.

A la maison aún le quedaba mucha historia por delante. El personaje de Coco aún no había dejado de ser una peculiar mujer que se movía por círculos muy selectos de aristócratas y artistas, sin ser ella nada de eso, y que se empezaba a comer el mundo empezando por París. El 22 de diciembre, día del estreno de *Antígona*, se revelaban a la prensa algunas anécdotas durante el montaje. Chanel, enfadada o celosa por la falta de atención, según Axel Madsen, había deshecho la primera túnica confeccionada para *Antígona*, tirando de uno de los hilos y ante el horror de la costurera que había hecho el trabajo⁷³⁰. La diseñadora desarrolló su labor rodeada de algunos de los nombres más influyentes del ámbito artístico contemporáneo, como Diaghilev, Picasso, Stravinsky y Cocteau, quienes influyeron en la evolución de su estilo del mismo modo que ella dejó su impronta en muchas de sus obras. Así pues, no es de extrañar que el juego de influencias cruzadas dentro de este grupo adquiriera cuotas épicas.

En torno a la figura de la diseñadora, el Museo Art Nouveau y Art Déco- Casa Lis de Salamanca presenta la exposición *Coco Chanel y sus amigos*, muestra de la que se podido disfrutar hasta septiembre de 2015. Comisariada por Pedro Pérez Castro, Marisa

⁷³⁰ Ibidem.

Oropesa y María Toral, la muestra reivindica el papel de Chanel como integrante del movimiento modernista y repasa su estrecha colaboración y amistad con sus protagonistas. *La necesidad de esta exposición surge de la existencia de un hueco*, afirma Pedro Pérez, director además del Museo. *Nunca se había abordado la historia de Chanel desde esta perspectiva*⁷³¹.

Una expresión visual inspira a otra... y viceversa. Si el arte se caracteriza por ser 100% estética, es en la moda donde encuentra un elemento de funcionalidad, gracias a la fusión de técnicas, significados y color.

La diseñadora británica Felicity Brown, marca fundada en 2010 y cuyas dos únicas colecciones están inspiradas, con bastante buena fortuna, en el arte. En su colección del 2011, Felicity Brown se inspiró en Picasso. Mezcla de texturas con las que “desconstruye” a Picasso, en concreto sus bocetos sobre bailarinas, y crea así unas piezas en las que la moda y el arte se fusionan en total armonía.



Figura 418. Dos diseños de Felicity Brown de su colección del 2011.

⁷³¹ Artículo sobre la exposición de Chanel “Coco y sus amigos”. <http://www.museocasalis.org/nuevaweb/exposicion-coco-chanel-y-sus-amigos.html>



Figura 419. *Tres bailarinas* de Pablo Picasso 1925.

Esto se demostró en la colección del diseñador francés Jean Charles de Castelbajac primavera-verano 2014, donde el creador hace un claro homenaje a Picasso como vemos en una de las imágenes de su colección.



Figura 420. Creación de Jean Charles de Castelbajac para su colección primavera-verano 2014.

Simon Porte Jacquemus es un joven diseñador francés, presente entre el elenco de finalistas para el LVMH Prize 2015. Como adelanta en su página web a modo de declaración de principios ama el azul y el blanco, las rayas, el sol, etc. En ese caldo de cultivo ha ido a dar con la camiseta de rayas azules y blancas más legendaria, y con su propietario: Picasso. Jacquemus ha plantado a sus modelos un maquillaje cubista, de trazo uniforme e inseguro, que dibuja una suerte de nueva cara; a derecha y a izquierda. Un juego de perspectiva divertido y genial que atrajo la atención de la colección sobre el maquillaje.



Figura 421. Muestra del maquillaje de la colección 2015 del diseñador Jacquemus.

El célebre fotógrafo español Eugenio Recuenco realiza *Fashion Story* en 2013, una serie de imágenes en las que realizó un homenaje al también español, Pablo Picasso. En esta serie podemos ver algunas de las obras del pintor interpretadas por el fotógrafo con una producción atrevida y arriesgada. Obras cubistas y surrealista de Picasso se convierten en imágenes de carne y hueso.

También podemos ver como si el fotógrafo estuviese pintando las imágenes, pareciera que las mujeres que protagonizan los cuadros fueran pinturas. Recuenco ha trabajado con revistas de la talla de *Vogue*, *Madame Figaro* y *Twill*, además ha realizado campañas para diversas marcas. La última fue Nina Ricci. El español logra mezclar a la perfección su trabajo más publicitario y el arte. Eugenio Recuenco es un artista que no debemos perder de vista.



Figura 422. Comparativa visual de la fotografía de Eugenio Recuenco con *Jaqueline sentada* de 1956 de Picasso.



Figura 423. Comparativa visual de la fotografía de Eugenio Recuenco con *Jaqueline Roque* de Picasso.

La famosa cantante Lady Gaga también ha querido hacer su particular oda a Picasso con un vestido estampado con el cuadro *Mujer frente al espejo*. El maquillaje, picassiano también.



Figura 424. Lady Gaga. *Mujer frente al espejo* 1932.

En 1998 la familia Picasso firmó un acuerdo millonario con la casa francesa Citroën para que la marca pudiera bautizar su nuevo modelo con el nombre del genio. De acuerdo con la información que se publicó en aquel entonces, los directivos de Citroën se vieron impulsados a denominar Picasso a su nuevo modelo porque, al igual que el artista rompió con las formas pictóricas en 1907 con su primer cuadro cubista, *Las señoritas de Avignon*, el coche de marras -a medio camino entre turismo y monovolumen- pretendía “romper el estilo tradicional del automóvil”. La publicidad para el lanzamiento -en 1999 en Francia y en 2000 en España- del nuevo modelo fue: *Citroën Xsara Picasso una obra de arte*⁷³². El coche nacía con la firma plastificada del artista, a años luz del autógrafo que Picasso plasmara sobre el DS 1955, el modelo más clásico de Citroën en sus casi ya 100 años de historia, el coche que fue bautizado DS porque en su pronunciación en francés (déesse, diosa en español) se quería decir todo: carrocería aerodinámica, dos volúmenes, suspensión hidráulica y un diseño que rompía con todo. Un salto de 20 años en la evolución del automóvil... Una obra de arte, para los entendidos.

Hay en el DS el principio de una nueva fenomenología del ajuste, como si se pasara de un mundo de elementos soldados a un mundo de elementos yuxtapuestos que se sostienen por la única virtud de su maravillosa forma (...). Se trata, pues, de un arte humanizado, y es posible que el DS anuncie un cambio en la mitología automovilística, escribió Roland Barthes en *Mythologies*, en 1957.

⁷³² www.youtube.com/watch?t=21&v=zxylNsuSSxc

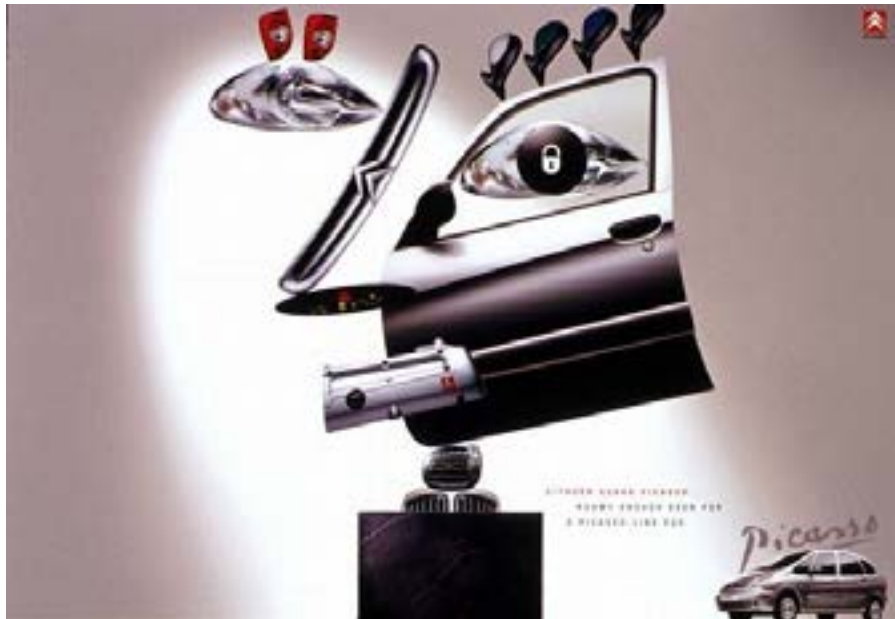


Figura 425. Campaña publicitaria de Citroën Picasso (2000).

La firma germana Montblanc ha realizado esta espectacular edición de plumas de lujo. El capuchón esqueletizado de oro 750 permite ver el plumín de oro de 18 quilates y ostenta grabados con comentarios y bosquejos de Picasso sobre su obra *Portrait de jeune fille*. Esta famosa pieza de arte decora la parte superior del capuchón con el rasgo distintivo del retrato representado en el clip trabajado artísticamente.



Figura 426. *Portrait de jeune fille* de Pablo Picasso.

La caperuza del capuchón ostenta el emblema de Montblanc en nácar. La estilográfica de oro de 18 quilates está decorada con el grabado fino del famoso sello de Picasso, el “ojo”.

El origen español de Picasso se visualiza en forma magistral en la contera: la composición de rayas lacadas de color rojo entre anillos hechos de oro de 18 quilates representa los colores nacionales de España. La forma del cuerpo en laca negra recuerda a los sencillos lápices con los cuales Picasso hizo una multitud de bocetos.

En homenaje a los años que vivió el artista, la edición limitada Pablo Picasso está limitada a 91 piezas en todo el mundo.



Figura 427. Modelo de pluma MontBlanc edición limitada.

4.5.3. GEORGES BRAQUE

Georges Braque fue, junto a Picasso, el bastión del cubismo, un feroz antiacademicista, pero también defensor a ultranza de la destreza manual en pintura. Nació en 1882 en Argenteuil, a las mismas puertas de París, pero muy pronto su familia se instaló en Le Havre. Este hecho -el ser más normando que parisiense- y su lealtad al oficio del padre (era hijo y nieto de un decorador de paredes) explican su ambición pictórica. Braque adoraba pintar, él mismo elaboraba con escrúpulo los colores y conocía los trucos para imitar la madera y el mármol en sus bodegones. Sus feroces (*fauves*) primeros lienzos, donde explotaba las características de la pintura al óleo en el registro de la experiencia inmediata frente a las costas incandescentes de L'Estaque, tierra mítica de Cézanne; sus interiores y naturalezas muertas construidas pacientemente con esquemas geométricos y cubos, y sus paisajes normandos de los últimos años, hechos *au plein air* con bandas de pintura espesa y encostrada, sobreviven todavía hoy de una manera hermosa a la leyenda del pintor .

El gran logro de Braque fue la invención, en 1912, de los *papiers collés*, inspirados en trozos de papel pintado que más tarde se convirtieron en un nuevo lenguaje para toda una generación de artistas.

La obra de Braque también ha servido de inspiración a varios artistas a la hora de crear parte de sus colecciones, tenemos por ejemplo el caso de Yves Saint Laurent con su obra litografía de 1955. Carla Bruni se convertía en una obra de arte viviente luciendo un exquisito diseño inspirado en uno de los motivos más característicos de la obra del pintor francés: los pájaros.



Figuras 428,429 y 430. Modelos de Yves Saint Laurent inspirados en las litografías de Braque 1955.

La obra del diseñador alemán Raphael Hauber también rindió en 2012 su particular homenaje a este artista. La paleta de colores está integrada por colores suaves, tales como el gris, verde, beige, entre otros. Además, en este trabajo se puede entrever fuertes influencias, que van desde la arquitectura hasta las pinturas cubistas de George Braque.



Figura 431. Diseños de la colección primavera-verano de Raphael Hauber.

André Perugia creó zapatos en homenaje a diversos artistas, y este en concreto es un tributo al cubista George Braque.



Figura 432. Diseño de André Perugia y *Peces negros* (Les Poissons noirs) de Braque, 1942 Óleo sobre lienzo 33 x 55 cm Centre Pompidou, Musée National d'Art Moderne, París.

En el caso de la firma sueca Acne, la paleta de colores neutros y ocre, las prendas de *patchwork* en las que se entremezclan tejidos opuestos como lana y piel, o los motivos decorativos que aportan al look un aspecto art brut⁷³³, recuerdan a las pinturas y collage cubistas de Braque.



Figura 433. Diseño de la colección otoño-invierno de Acne. *Cubist Collage with Guitar* Braque.

⁷³³ Su nombre proviene del término "Art Brut", también conocido como arte marginal, acuñado por Jean Dubuffet para referirse a aquel artista que desarrolla su labor creativa sin contacto alguno con las instituciones artísticas establecidas.

4.6. FUTURISMO ITALIANO

El futurismo es un movimiento literario y artístico que surge en Italia en el primer decenio del S. XX mientras el Cubismo aparece en Francia. Gira en torno a la figura de Marinetti, quien publica en el periódico parisiense *Le Figaro* el 20 de Febrero de 1909 el Manifiesto Futurista. Proclama el rechazo frontal al pasado y a la tradición, defendiendo un arte anticlassicista, orientado al futuro, que respondiese en sus formas expresivas al espíritu dinámico de la técnica moderna y de la sociedad masificada de las grandes ciudades.



Figura 434. Imagen de la publicación en *Le Figaro* del Manifiesto Futurista.

*Declaremos que el esplendor del mundo se ha enriquecido con una belleza nueva; la belleza de la velocidad. Un automóvil de carreras... un automóvil rugiente, que parece correr sobre una estela de metralla, es más hermoso que la Victoria de Samotracia*⁷³⁴

En 1910 ya se puede hablar de un grupo liderado por Marinetti. Trabajarán artistas como los pintores Russolo, Carrá, Boccioni, Balla o Severini. El futurismo fue llamado

⁷³⁴ Le Futurisme, Marinetti (*Le Figaro* 1909).

así por su intención de romper absolutamente con el arte del pasado, especialmente en Italia, donde la tradición artística lo impregnaba todo. Quieren crear un arte nuevo, acorde con la mentalidad moderna, los nuevos tiempos y las nuevas necesidades. Para ello toma como modelo las máquinas y sus principales atributos: la fuerza, la rapidez, la velocidad, la energía, el movimiento y la deshumanización. Dignifica la guerra como espacio donde la maquinación, la energía y la deshumanización han alcanzado las máximas metas.

En este sentido los futuristas consideraron la moda como un asunto *pasadista*⁷³⁵, que no se acoplaba a sus intenciones de valorar el dinamismo y la velocidad, considerándola incluso dañina y fortalecedora de la debilidad femenina, tal como lo expresó Marinetti, el fundador de dicho movimiento. No obstante, pensaron en el vestido como un asunto que competía al arte y que debía ser creado por artistas, proponiendo con ello nuevas morfologías del vestir. Si bien los artistas futuristas realizaron múltiples manifiestos⁷³⁶ tanto referidos a la música como a la arquitectura, a la pintura, al automóvil, al cine o al teatro. Aquellos que estaban dedicados solamente a la indumentaria eran: *Le vêtement masculin futuriste* de Balla en 1914, *El vestito antineutrale* también de Balla del mismo año, *Manifesto della moda femminile futurista* publicado en 1920 y *Manifesto futurista sulla cravata italiana* de Di Bosso y Scurto publicado en 1933⁷³⁷. Como afirma Radu Stern, *su verdadero objetivo no era simplemente reemplazar una moda con otra sino abolir el sistema mismo de la moda diseñando la ropa como una obra de arte*⁷³⁸. Según esto, tenían plena conciencia de la continua caducidad de la moda, y la diferencia entre

⁷³⁵ La palabra *pasadismo*, *passeíst*, proviene de *passato*, significa pasado y fue utilizado públicamente como un término derogatorio para etiquetar cualquier cosa, todas y cada una de las que los futuristas deseaban abolir: museos, librerías, academias y así sucesivamente.

⁷³⁶ Véase: Apollonio, *Futuristmanifestos*. Boston: MFA Publications, 2001.

⁷³⁷ Véase catálogo de la exposición: *Il futurismo e la Moda*. Milano. Padiglione d'Arte Contemporánea. 1988.

⁷³⁸ Véase *Futurism and Dress*. En Stern, Radu, *Against Fashion -Clothing as Art, 1850-1930-*, Massachusetts, Massachusetts Institute of Technology Press, 2004. (trad. cast: *Futurismo y vestido*, William Cruz Bermeo, 2006).

su operatoria domesticada por los diseñadores y la de una ropa que cambiara bajo la lógica de una obra de arte abierta, en la que el usuario sería partícipe activo de los cambios de la prenda, motivado por su estado de ánimo, el día, o la hora. Así lo manifiesta la intención de Balla de disponer *modificadores* en la ropa que pudieran ser accionados por el que se la pusiera, según sus intenciones.

La posición política del grupo, era de simpatía fascista, lo cual ha puesto en cuestión su carácter de vanguardia, ya que entraron en la corriente dominante y no se opusieron a ella sino que encaminaron sus esfuerzos al apoyo del totalitarismo, y fue allí, según comenta Stern, cuando volcaron sus intereses artísticos en políticos, por ejemplo, al convertir el manifiesto *La vestimenta masculina futurista* en *La indumentaria antineutral* cambiando los argumentos que alentaban a vestir ropa alegre y colorida: si en el primero el traje de luto debería abolirse, y emplearse colores vivos que manifestaran dinamismo, en el segundo la muerte heroica no se debía lamentar sino celebrar usando ropa roja. Este manifiesto favorecía la entrada de Italia en la Gran Guerra, y apoyaba el lema:

*Queremos glorificar la guerra, única higiene del mundo, el militarismo, el patriotismo y el gesto destructor de los anarquistas, las bellas ideas que matan y el desprecio a la mujer*⁷³⁹.

La característica principal del futurismo es la plástica del dinamismo y del movimiento. El efecto de la dinámica se transmitía en vibrantes composiciones de color que debían

⁷³⁹ IX Punto del manifiesto futurista. Publicado en www.uclm.es/artesonoro/FtMARINETI/html/manifiesto.html

producir un paralelismo multisensorial de espacio, tiempo y sonido. Al principio, se valieron para la realización de sus objetivos artísticos de la técnica divisionista, heredada del neoimpresionismo y más tarde se aplicó la técnica cubista de abstracción como procedimiento para desmaterializar los objetos. A partir de estas premisas, la representación del movimiento se basó en el simultaneismo, es decir, multiplicación de las posiciones de un mismo cuerpo, plasmación de las líneas de fuerza, intensificación de la acción mediante la repetición y la yuxtaposición del anverso y del reverso de la figura. Buscaban por todos los medios reflejar el movimiento, la fuerza interna de las cosas, ya que el objeto no es estático. La multiplicación de líneas y detalles, semejantes a la sucesión de imágenes de un caleidoscopio o una película, pueden dar como resultado la impresión de dinamismo. Crearon ritmos mediante formas y colores. En consecuencia, pintan caballos, perros y figuras humanas con varias cabezas o series radiales de brazos y piernas. El sonido puede ser representado como una sucesión de ondas y el color como una vibración de forma prismática.

En cuanto al papel del artista, éste debía involucrarse en todas y cada una de las cosas de la vida cotidiana, la arquitectura, la música, la comida, el mobiliario, los juguetes y, como ya se dijo, la ropa. Se esperaba que fuera artífice activo de *la reconstrucción futurista del universo*⁷⁴⁰. Pero si nos centramos en la moda, podemos decir con rotundidad que este movimiento condenó moralmente esta disciplina. Pero no por ello acaba aquí nuestro estudio sobre la relación entre arte y moda desde la visión futurista ya que, a pesar del rechazo hacia la disciplina como tal, trabajaron intensamente sobre ella. Veamos en profundidad cómo por un lado, para Marinetti la moda era indudablemente maligna: corrompía a las mujeres quienes eran demasiado débiles para resistir la tentación del último vestido y la responsabilizaba de "el menosprecio al

⁷⁴⁰ William Cruz Bermeo. Los surrealistas y la moda. Universidad de Palermo, Buenos Aires. Argentina.

amor". En cambio, en el *Manifiesto técnico de la pintura futurista* (1910), Boccioni, Carrà, Pussolo, Balla y Severini declararon: *la armonía de las líneas y pliegues del vestido moderno obran en nuestra sensibilidad con el mismo poder emocional y simbólico que lo hacía el desnudo en la sensibilidad de los antiguos maestros*⁷⁴¹.



Figura 435. Tullio Crali. 1933.

En este movimiento, el interés por el vestido no lo motivaba principalmente el deseo de promover las artes "menores", sino que pretendían extender el dominio artístico a cada aspecto de la vida. El artista futurista debía actuar sobre todos los elementos de la vida cotidiana y el vestido no era la excepción, como todos los objetos debía volverse esencialmente moderno. Pero se referían a la "siempre-cambiante" modernidad futurista que no se sometía a los cambios anuales "a la moda" generados por las estrategias de mercado.

Según Stern Radu⁷⁴², el objetivo del futurismo no era simplemente reemplazar una moda con otra sino abolir el sistema mismo de la moda diseñando el vestuario como una

⁷⁴¹ Ibidem.

⁷⁴² Stern Radu, autor de *Against Fashion: clothing as Art, 1850-1930*.

obra de arte. *El traje de una mujer diseñado lúcidamente y bien llevado tiene el mismo valor que un fresco de Miguel Ángel o una madona de Tiziano*⁷⁴³.

Bajo esta visión la mayoría de los artistas futuristas trabajaron esta disciplina o al menos, teorizaron sobre ella. Por ejemplo, Balla quería que el nuevo vestido futurista fuera *de corta duración, para permitir renovar continuamente el placer y la vitalidad de nuestro cuerpo y favorecer a la industria textil*⁷⁴⁴.

En 1910 Arnaldo Ginna y Bruno Corra⁷⁴⁵ ya habían protestado contra la incompetencia y el tradicionalismo de los fabricantes de ropa femenina, quienes deberían estudiar la armonía de las líneas y los colores para evitar las terribles disonancias de la moda contemporánea. Su visión de una sintonía visual se lograría usando vestidos de diferentes colores⁷⁴⁶. En 1920, Volt exigió de una manera más radical que la moda se vinculara con el arte y proponía que "un gran poeta o un gran pintor asumieran la dirección general de todas las grandes firmas de moda femenina"⁷⁴⁷. En el manifiesto de 1935 *Placeres latinos para la mente*, Marinetti apoyaba "el vestido metafórico-resonante-táctil, armonizado de acuerdo a la hora, el día la estación y el deseo de transmitir las sensaciones del amanecer, el mediodía, el anochecer, la primavera, el verano, el invierno, el otoño, la ambición, el amor, etc."⁷⁴⁸. Veamos más detenidamente la figura de Giacomo Balla (Turín, 1874 - Roma, 1958).

⁷⁴³ Volt, "Manifiesto della moda femminile futurista", *Roma futurista* 3, nº 17.

⁷⁴⁴ Balla, G. *Futurist Manifesto of Men's clothing*, 1913, Ed. Apollonio. Pág. 123.

⁷⁴⁵ Arnaldo Ginna (Ravena, 1890 - Roma, 1982), pintor, escultor y cineasta futurista y su hermano el escritor y guionista Bruno Corra (Ravena, 1892 - Varese, 1976) publicaron en 1910 *Método y nueva vida. Arte en el futuro*.

⁷⁴⁶ Corra, B., *Arte del l'avvenire*, Ravena, Ed. Longo, 1910.

⁷⁴⁷ Ginna Volt, "Futurist Manifesto of Women's Fashion", 1920. Pág. 160.

⁷⁴⁸ Scribo, L., *Sintesi del futurismo*, Roma, 1968. Pág. 203.

4.6.1. GIACOMO BALLA

Balla fue el primer futurista que diseñó ropa. Empezó a hacerlo en 1921 aunque seis años antes ya había abordado este tema en el manifiesto que publicó junto a Depero en el que literalmente decía: *noi pensiamo e ci comportiamo come ci vestiamo*⁷⁴⁹. Los trajes que diseñó, realizados por su esposa según sus instrucciones, son una ruptura sin precedente con la moda. Gracias a alguna carta podemos dar cuenta de alguno de estos diseños aunque, lamentablemente, no conservados. En una de estas cartas⁷⁵⁰ se menciona "un traje a cuadros pequeños" y en otra de 1913 menciona otro traje que está documentado en dibujo. Se trata de un conjunto negro con un borde blanco y que transgredía totalmente la noción convencional de una chaqueta, eliminando el cuello y las solapas simétricas y cerrándose en un triángulo grande. Además, el triángulo estaba ribeteado con un gran borde blanco que marcaba su contorno y el mismo borde blanco zizagueaba a lo largo de los pantalones.

Balla desestructuraba los trajes al descomponer visualmente la anatomía del usuario. Su objetivo era usar el corte asimétrico y los colores interpuestos y así lograr un efecto dinámico similar al de sus pinturas. Este artista ejecutó estas ideas sobre el traje masculino con audacia. Sabía que esto mismo sobre la ropa femenina habría escandalizado mucho menos. Además del atractivo artístico que podía concentrar el traje masculino por tener un aspecto más normalizado, había que sumarle su dimensión simbólica: la aceptación del orden y los valores burgueses establecidos. Esto ya lo apuntó Lipovetsky diciendo que *el traje masculino, neutro, austero, sobrio, refleja tanto la consagración de la ideología igualitaria como la ética conquistadora del ahorro, del*

⁷⁴⁹ Balla, G. y Depero, F., *Manifiesto de la Reconstrucción Futurista del Universo*, publicado en una hoja suelta. Direzione del Movimento Futurista, Milán 10 de marzo de 1915.

⁷⁵⁰ Fagiolo Dell'Arco, M., *Futur-Balla*, Roma, 1970.

*mérito y del trabajo de las clases burquesas*⁷⁵¹. Pero en comparación con el traje masculino, sus prendas femeninas parecen bastante sobrias. Sorprendentemente, el corte de prendas como el vestido para su hija Luce o las blusas de 1920 a 1930 es casi común y el efecto dinámico lo genera únicamente el colorido.



Figura 436. Traje futurista diseñado por Balla.

En 1914 Balla también publicó el manifiesto futurista sobre el vestido, *El traje masculino futurista*. En él, el artista quería abolir el traje de luto, los colores pálidos u oscuros, las telas rayadas, a cuadros o moteadas, la simetría en el corte, la uniformidad en las solapas, los botones inútiles, el cuello desmontable y los puños almidonados. En contraste, el nuevo vestido futurista sería dinámico, asimétrico, ligero, simple, confortable, higiénico, alegre, revelador, ágil y variable.

⁷⁵¹Lipovetsky, G. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama, Barcelona. 1990. Pág. 14.

El impacto de las modificaciones no se limitaba a su color o textura, puesto que algunos eran perfumados. La ropa futurista de Balla se variaba o transformaba mediante el uso de modificadores *appliqué* (piezas de tela de diferentes tamaños, espesores o colores) que se podían colocar “a voluntad en cualquier parte del vestido, con botones neumáticos”⁷⁵². Estas modificaciones cambiaron la relación entre el vestido y la persona que lo llevaba puesto que dejó de ser un objeto dado al cual su propietario debía someterse. Así la ropa escapaba de la moda y ésta, por consiguiente, perdía su razón de ser. El usuario participaba de esta forma en el diseño de su ropa y, entre los límites fijados por el artista, los usuarios podían expresar su propia creatividad. De esta manera la vestimenta se convertía en una obra de arte abierta.



Figura 437. Traje diseñado por Balla. 1930

También fue un apasionado de los colores fluorescentes, aunque fue más allá en cuanto al uso de estos. Bragaglia⁷⁵³ escribió en sus memorias que Balla realizó una corbata futurista, utilizada en una de sus representaciones, compuesta por una caja de celuloide

⁷⁵² Crispoli, *Il Futurismo e la moda*, Venecia, Ed. Marsilio, 1986. Pág. 100.

⁷⁵³ Anton Giulio Bragaglia (Lazio, 1890 - Roma, 1960) fue pionero en la fotografía italiana futurista y en el cine en Italia.

transparente en la que puso una batería y una bombilla eléctrica que alumbraba acentuando los electrizantes pasajes de su discurso⁷⁵⁴.

El 11 de septiembre de 1914 publicó una versión italiana de *La indumentaria antineutral*. El lema de este texto era la célebre frase del *Manifiesto futurista* de Marinetti: “glorificaremos la guerra, única higiene del mundo”. Su protesta se dirigía ante la “angustiante paz” y a los “colores teutónicos” y prohibía el uso combinado del negro y el amarillo, los colores alemanes. Para adaptarse a la guerra, la nueva indumentaria futurista debía ser belicosa con cualidades agresivas: agilidad, dinamismo... Estaba convencido que el vestido era capaz de influenciar la psique del usuario. Mientras en *El traje futurista* quería usar la ropa para volver a la gente más alegre, en *La indumentaria antineutral* pensaba que la ropa podía utilizarse en prepararla para la guerra.

Tras la contienda Balla diseñó varios trajes futuristas que usó frecuentemente. En *Lettres Sur la Jeune Italie*, Corpechot describe una corbata formada como una hélice de avión y unos zapatos futuristas blancos y amarillos⁷⁵⁵. La reacción del público era más que negativa y se dice que Balla, quien en 1925 quiso visitar la Exposition International del Arts Décoratif et Industriel Moderns en París, intentó buscar habitación en más de treinta hoteles y los porteros, al verle con el traje futurista le decías: *je regrette, Monsier, c'est complet!*⁷⁵⁶.

⁷⁵⁴ Corpechot, L., *Lettres sur la Jeune Italie*, Nancy, Ed. Annales, 1919. Pág. 42-43.

⁷⁵⁵ Fortunaty, P. L., *Il futuristi italiani all'Esposizione d'Arte Decorativa di Parigi-intervista con Giacomo Balla e Guglielmo Jannelli, L'Imperio*, 1925. Pág. 145.

⁷⁵⁶ Stern, R., *Against Fashion: Clothing as Art, 1850 - 1930*. Massachusetts, 2004.

4.6.2. FORTUNATO DEPERO

Fortunato Depero (Fondo/Malosco, 1892 - Rovereto, 1960) fue un pintor futurista, escritor, escultor y diseñador gráfico. Como se ha dicho, firmó el manifiesto *La reconstrucción futurista del universo* junto a Balla, también diseñó vestidos futuristas influidos, en su mayor parte, por Balla. Sin embargo, sus diseños son delicados y más decorativos.



Figura 438. *Cittàscape*. Depero. 1930.

Depero ha sido un artista que ha ejercido mucha influencia en los diseñadores de moda de los últimos años. Así encontramos a David Koma que se ha inspirado para algunos de sus diseños en este artista y en Boccioni, como podemos ver en estas ilustraciones:



Figura 439. Verónica Etro es otra de las diseñadoras que se han inspirado en Depero para la firma familiar Etro, fundada en 1968 por Gimmo Etro.

4.6.3. TULLIO CRALI

Tullio Crali (Igalo, 1910 - Milán, 2000) fue otro pintor asociado con el futurismo. En 1932 diseñó un *Vestido sintético*, una chaqueta futurista muy corta, con solo una solapa a la izquierda detrás de la cual astutamente se escondía un bolsillo para lápices.

Ese mismo año diseñó para uso propio una chaqueta plana, sin cuello, sin solapas, de franela gris con un solo botón cromado. Esta debía llevarse con una camisa sin botones ni puños que se cerraba al cuello con un gemelo. En 1961 diseñó una chaqueta rojo fuego sin solapas con un gran bolsillo frontal. Además Crali añadió nuevos accesorios al guardarropa futurista masculino. En 1951 inventó el borsello, un bolso para hombres e intentó entrar al Louvre llevando uno. Lo detuvieron a la entrada generando así un escándalo al más puro estilo futurista.

También diseñó trajes femeninos, concretamente para la señora de Marinetti y para las hijas de Balla. Dichos diseños eran muy dinámicos. En uno de ellos, alrededor del cuerpo se enrollaban espirales multicolores; otro se trataba de un *assemblage* de triángulos de diferentes tamaños; y en otro, las piezas de formas complejas se sostienen juntas de una forma aparentemente milagrosa. El efecto general de estos trajes es casi cinético.

4.6.4. ERNESTO MICHAHELLES

Y seguimos con otro artista futurista, Ernesto Michahelles (Italia, 1893 - 1959), más conocido por su pseudónimo Thayaht. En el mundo de la moda destaca por la creación de la *Tuta* entre 1912 y 1920, una especie de vestido sintético de una sola pieza. La principal característica de esta prenda era su universalidad, podía usarla cualquiera en cualquier momento. Un año después pensó en la *Bituta*, un vestido de dos piezas que era una evolución de la *Tuta*.



Figura 440. Hélio Oiticica diseñó esta Tuta en homenaje a Balla.

HOW TO CUT OUT THE "TUTA," [ONE PIECE,
STRAIGHT LINE GARMENT FOR MEN AND BOYS]
DESIGNED BY THAYAHT OF FLORENCE, [ITALY]

This one piece garment is worn with a strip of light-colored stuff at the waist, white socks and moccasins. It looks smartest when worn without hat and open white collar. A simple button fastener also looks well.

NO. This model will suit all figures of normal size. The seams are already calculated in the measures given here (See printed DESIGN FOR the measures in centimetres). Before cutting the stuff it is well to soak it in water so as to make it shrink and also to soften the texture freeing it from all stretching. The TUTA's chief charm is its soft falling lines following those of the

Right Sleeve Left Sleeve
STRAIGHT →
Right angle
T = P
Position of triangles on shoulder for attaching the collar to the simple model.
IN FRONT BACK
Cut Right of Sleeve
Collar
Y 0.25 Y
P 0.2 P
T 0.2 T
X 0.2 X
Z 0.2 Z
M 0.2 M
N 0.2 N
O 0.2 O
Q 0.2 Q
R 0.2 R
S 0.2 S
V 0.2 V
W 0.2 W
X 0.2 X
Y 0.2 Y
Z 0.2 Z
A 0.2 A
B 0.2 B
C 0.2 C
D 0.2 D
E 0.2 E
F 0.2 F
G 0.2 G
H 0.2 H
I 0.2 I
J 0.2 J
K 0.2 K
L 0.2 L
M 0.2 M
N 0.2 N
O 0.2 O
P 0.2 P
Q 0.2 Q
R 0.2 R
S 0.2 S
T 0.2 T
U 0.2 U
V 0.2 V
W 0.2 W
X 0.2 X
Y 0.2 Y
Z 0.2 Z

Sectional view of Left side of TUTA showing position of triangle GLE folded over along RL. AV is the slit when the sleeve is down in.

Bottom inside, as a suit to show TOP BOTTOM VISIBLE ONLY

Showing how the triangle GLE gets pulled into curved lines as soon as the TUTA is worn. The triangle allows of complete freedom of movement and never wrinkles.

SEE OVER

703

4.6.5. EL FUTURISMO EN LA ALTA COSTURA. MADELEINE VIONNET

Madeleine Vionnet nacida en Francia en 1876 fue una pionera en diseño conceptual. Sin dibujos preparatorios, creaba sus prendas directamente sobre un maniquí en miniatura que más tarde ampliaba en escala al tamaño real. Se inspiraba por las formas geométricas del cuadrado, el rectángulo y el círculo, que luego doblaba y fruncía para crear las texturas y formas. Su ideal no tenía costuras, ni botones, ni broches, ni corset.

Fue una suprema escultora que convertía la tela en la forma más pura de arte. Nacida en el seno de una familia modesta, tuvo que dejar la escuela a los 12 años. Aprendió corte y confección y trabajó durante un tiempo en París. Con 16 años se trasladó a Inglaterra, donde con 20 años asumió la dirección del taller de la modista Kate Reilly. En 1900, de vuelta en París, entró a trabajar en la reputada casa de moda de las Soeurs Callot, famosas creadoras de Alta Costura, reconocidas sobre todo por el refinamiento de sus modelos, donde se convirtió en mano derecha de Marie Callot, la responsable de la faceta artística del negocio: *Gracias a ellas he podido hacer Rolls Royce, sin ellas hubiese hecho Fords* decía Vionnet⁷⁵⁷.

En 1906, fue contratada por Jacques Doucet para renovar la imagen de su casa de costura, y Vionnet la revolucionó proponiendo unos vestidos simples que liberaban el cuerpo, concebidos para llevar sin corsé y presentados con las modelos descalzas, que atrajeron especialmente a las actrices del momento, como Eve Lavallière, Réjane y Lantelme. Fue en 1912 cuando decidió abrir su propia casa de costura, aunque, coincidiendo con la Primera Guerra Mundial decidió cerrar su establecimiento, reabriendo una vez acabada, en 1918.

⁷⁵⁷ Teresa Sosa. Madeleine Vionnet y el vestido de mujer como obra de arte. Publicado en el blog palabra de mujer.

Madeleine Vionnet le dio un vuelco al corte al bias y creó hermosos drapeados que hasta hoy en día nadie ha conseguido superar. Su vestido de noche color marfil (1935) se considera una obra maestra, cuya caída perfecta se debe a una única costura, lo que para su creadora constituía el objetivo más elevado. Es posible que la habilidad de Madeleine Vionnet para crear estos cortes a partir de formas simples como cuadrados o triángulos, se debiera a su pasión por la geometría.



Figura 442. Vestido de noche de Vionnet, 1935.

El carácter intemporal y de permanente belleza del trabajo de Vionnet se basa en cuatro pilares del Arte: la proporción; Vionnet se inspiraba en las simetrías de Jay Hambidge (1867-1924, pintor estadounidense, estudiante minucioso del arte clásico); el balance,

que tiene que ver con teorías de la antigüedad como la "sección de oro" (número descubierto en la antigüedad, no como "unidad" sino como relación o proporción entre partes de un cuerpo o entre cuerpos); el movimiento, que estaba representado con el corte al bias, haciendo énfasis en la idea de que el vestido es una segunda piel en movimiento; y la verdad, una simplicidad arquetípica, inspirada en los griegos (*chiton/peplos*). Vionnet fue considerada la Euclides⁷⁵⁸ de la moda, por su precisión milimétrica; una rigurosa geometría dominaba sus creaciones, concibiendo los vestidos a partir de la repetición de figuras como cuadrados, triángulos, rectángulos o círculos. Bajo una aparente simplicidad, cada modelo conllevaba una estudiada estructura⁷⁵⁹. Nada rompía la línea, ni cierres ni botones, y la mayoría se pasaban por la cabeza, como si de un jersey se tratara.

Hizo uso de los drapeados y del corte al bias, que hasta entonces sólo era utilizado en cuellos. Utilizó tejidos sutiles, como el crespón de seda, la muselina, el terciopelo o el satén. En 1918, su proveedor, creó especialmente para ella un tejido único compuesto por seda y acetato, una de las primeras fibras sintéticas.

El estilo de Vionnet, culto a la belleza de un cuerpo libre, se caracterizó por ser de una modernidad nunca vista hasta entonces; basándose en el drapeado del peplos griego presente en su logo, que dejaba en libertad al cuerpo y que, al mismo tiempo, realizaba sus curvas naturales: *Me he aplicado a liberar, como para la mujer, el tejido de las trabas que se le imponían. He intentado darle un equilibrio tal que el movimiento no desplazara las líneas, sino que las magnificara*⁷⁶⁰. Un estilo purista que llegaría a su máximo apogeo en los años 30 del siglo XX, cuando las curvas de la mujer volvieron a estar presentes en la moda, pasado el momento *garçonne* y rectangular de los años 20.

⁷⁵⁸ Fue un matemático y geómetra griego (ca. 325-ca. 265 a. C.). Se le conoce como "El Padre de la Geometría".

⁷⁵⁹ Artículo publicado en la web de la Escuela de Jerez de Arte. <http://web.escueladeartedejerez.es/8-de-marzo-dia-de-la-mujer-trabajadora-madame-vionnet/>

⁷⁶⁰ *Ibidem*.

Los colores que usaba eran clásicos, siendo su preferido el blanco en todos sus matices. Además, la diseñadora procuró no recargar excesivamente sus creaciones, utilizando como adornos bordados, rosas o nudos estilizados.

Enemiga de la moda por ser efímera, Vionnet se dedicó a una búsqueda constante de la coherencia entre el cuerpo y el vestido, lo que le llevó a innovar en las técnicas del corte, y el *bies* fue su marca de identificación. No lo inventó, pero llegó a dominar la técnica como nadie. Hasta entonces, el *bies* sólo se había utilizado en cuellos, bajos de mangas o adornos, y ella tuvo la idea de extenderlo a todo el vestido. Apasionada como era de la técnica y de la inventiva, también investigó otras cualidades del tejido como la caída, el reflejo de la luz y la combinación de las dos caras: mate y brillante.

Preocupada por las copias, registró sus creaciones. Cada vestido salido de sus talleres llevaba su firma, un número de orden especial y su huella dactilar; e hizo álbumes de copyright, fotografiándolos de frente, perfil y espalda con un número.



Figura 443. Muestra de la etiqueta y la huella dactilar de Vionnet.

Pero Vionnet no fue sólo una creadora vanguardista, sino también una empresaria vanguardista. Las trabajadoras de Vionnet disfrutaron de unas condiciones que la ley no impondría hasta más tarde. Avanzada a su tiempo en lo que a mejoras sociales se refiere, sus trabajadoras la apodaron la *Grande Patronne*, se ocupó de su formación, creó una enfermería, implantó las vacaciones pagadas -la única en su época-, propuso estancias al aire libre, fundó una mutua, concedía permisos de maternidad, e incluso quiso que algunas de sus empleadas participaran en la empresa. Además en sus talleres todo estaba previsto para el confort, con luz natural omnipresente en todas las dependencias, y sillas -lo que permitía apoyar la espalda-, en vez de los tradicionales taburetes. En 1939, coincidiendo con el inicio de la Segunda Guerra Mundial, se retiró, cerrando sus talleres porque estaba cansada. Más tarde donaría a su amigo, el historiador François Boucher, sus fondos de documentación (modelos conservados, álbumes, biblioteca, libros de cuentas, *toiles*), con los que en 1986 pudo crearse el Musée de la Mode et du Textile de París. Madeleine Vionnet murió en 1975, a los 99 años, pero su legado estaba destinado a influir la moda contemporánea. Tal vez el discreto segundo plano que esta creadora ocupa entre los grandes nombres de la moda sea el último signo de la genuina elegancia que atraviesa toda su obra. Estudió el cuerpo de la mujer a manera de la medicina, para de ese modo preservar su belleza natural y obligar al vestido a adaptarse a la silueta:

*He intentado siempre ser el médico de la línea, y, en tanto que médico, hubiese querido imponer a mis clientas el respeto por su cuerpo, la práctica de ejercicio y una higiene rigurosa*⁷⁶¹.

⁷⁶¹ Artículo publicado sobre Madeleine Vionnet en <http://www.sofocomedia.com/es/blog/2013/june/madeleine-vionnet/>

Coincidiendo con una nueva edición de Milano Moda Donna, la *Maison Vionnet* presentó en el Museo Poldi Pezzoli de Milán la exposición *Thayaht. Between art and fashion*. Esta exposición recorre, a través de sesenta y un croquis (recientemente adquiridos y, hasta la fecha, jamás expuestos al gran público) la fértil colaboración entre la diseñadora Madeleine Vionnet y el artista gráfico, visionario y futurista, Thayaht.

Desde 1919 a 1925, Vionnet y Thayaht vivieron una relación de intercambio fructuoso e intenso. De hecho, el artista fue quien diseñó el logo de la firma, pero en seguida empezó a colaborar en un proyecto mucho más importante y complejo. Actuando como traductor e intérprete artístico, reprodujo los modelos inventados por Madeleine Vionnet que, como no sabía dibujar, trabajaba directamente sobre un maniquí de madera de ochenta centímetros, creando unos maravillosos croquis caracterizados por un estilo inconfundible⁷⁶².



Figuras 444 y 445. Ilustraciones de Thayaht en colaboración con Vionnet.

⁷⁶² Thayaht between art and fashion, una exposición para saber más sobre Vionnet. Publicado en la web www.embellezia.com

Muchos de estos figurines aparecieron publicados en las páginas de la Gaceta *Bon Ton*, la revista de moda más sofisticada de la época. El interés por la geometría del corte y por la libertad de movimientos se traduce en un lenguaje visual único, capaz de expresar un estilo de vida dinámico y desinhibido.

Convencida de que el futuro de la maison no puede prescindir de su glorioso pasado, Goga Ashkenazi⁷⁶³ subraya con esta exposición la importancia de la herencia Vionnet:

Las raíces de la casa son para nosotros fuente constante de inspiración y de investigación. Continuamos trabajando sobre los maniqués, drapeando a mano como solía hacerlo Madeleine Vionnet, quien encontró en Thayaht el artista capaz de interpretar su estilo con un maravilloso sentido del movimiento y del color.

Las sesenta y una ilustraciones realizadas con guache expresan de una forma tangible el I + D de Madeleine Vionnet: liberar las telas de las restricciones a las que se habían visto sometidas, y liberar el cuerpo de cualquier tipo de constricción. Para subrayar este aspecto también se ha expuesto una creación de archivo, fotografiada por medio de una técnica tridimensional.

Posteriormente otros artistas como Pierre Cardin (San Biagio di Callalta, 1922) han presentado en sus creaciones el estilo futurista.

⁷⁶³ Actualmente es el Director de la marca Vionnet Presidenta y Creative, Ashkenazi posee una licenciatura en Historia Moderna y Ciencias Económicas por la Universidad de Oxford, ha realizado varios cursos de diseño de moda en la Universidad Estatal de Moscú de Diseño y Tecnología, y se ha sentado en el consejo de un número de empresas multinacionales con intereses comerciales globales.

4.6.6. PIERRE CARDIN

Sesenta años después de la presentación del manifiesto futurista de Marinetti, el diseñador de modas italiano Pierre Cardin, mezcla los postulados de éste movimiento artístico-literario, para reinterpretarlos y situarlos en su propia época, la cual giraba en torno al descubrimiento de nuevas tecnologías, la carrera espacial y el crecimiento económico. Cardin fue un vanguardista y se hizo reconocido por sus diseños futuristas inspirados en la “era espacial”, en los cuales utilizaba formas geométricas, colores planos, materiales nuevos como el vinilo y prendas unisex que rompieron con la regla establecida de la diferenciación hombre/mujer.

No te quedes aquí mucho tiempo, cruza la carretera. Esto es el pasado y aquello es el futuro, dijo Pierre Cardin, durante la apertura de su nuevo museo en el distrito parisino de Marais (5 Rue St-Merri, 75004 Paris). Cardin comenzó su carrera con Paquín, diseñando el vestuario de la película *La Bella y la Bestia*, de Jean Cocteau en 1946⁷⁶⁴.



Figura 446. Cartel de la película *La Bella Y la Bestia* de Jean Cocteau 1946.

⁷⁶⁴ Suzy Mendes, artículo Pierre Cardin : un museo de moda futurista. www.vogue.es. Noviembre 2014.

Posteriormente y antes de convertirse en el jefe creativo de la casa Christian Dior en 1947, colaboró con Elsa Schiaparelli, quien seguramente le transmitió esa inspiración en el arte. En 1950 decide crear su propio taller de costura en la Rue Richepanse, donde comienza creando máscaras y vestuarios para teatro. En 1953 presenta su primera colección para mujeres iniciando su camino en la alta costura. En 1954, el vestido burbuja se convierte en un éxito mundial, y ese mismo año abre su primera boutique *Eve*. El vestido es su propia interpretación del círculo.

*Estoy obsesionado con las formas redondeadas: representan la luna, los pechos, la vida. Y vuelvo a ellas una y otra vez, porque el círculo es infinito. La infinidad del espacio me inspira más que cualquier persona*⁷⁶⁵.



Figura 447. Vestido burbuja de Pierre Cardin 1954.

⁷⁶⁵ Entrevista concedida por el diseñador a Paul Gorman. Año 2012.

En 1957 realiza su primer viaje a Japón donde es nombrado profesor honorario de la escuela de diseño Bunka Fukosa, donde dio lecciones sobre corte en tres dimensiones. En sus prendas diseñadas en 1966, la geometría y el diseño simple resultaron muy novedosos pero también funcionales. Si recorremos su obra podemos ver que es un amante de las formas circulares y ha sido muy cuestionado por los críticos que lo acusaban de "ignorar la figura femenina en favor de los diseños abstractos". En este sentido él compara su trabajo con el de un escultor:

*Trabajo como un escultor. El cuerpo se mueve libremente dentro de un vestido y, al mismo tiempo, eso crea una figura. Si siempre vestís el busto, las caderas y la cintura, siempre vas a obtener el mismo vestido. Lo único que cambia es la tela. La moda no es eso. Yo me ocupo de la estética*⁷⁶⁶.

Se atrevió con todos los posibles en diseño: ropa, bolsos, gafas, escenografías, interiores, muebles, iluminación... y de paso fue un mecenas del arte y la cultura. Amaba las curvas en los interiores y en el mobiliario que empezó a crear en los 70.

Son simplemente obras de arte, mis esculturas utilitarias, señaló⁷⁶⁷, y es eso lo que distingue sus mesas, sofás o lámparas, siempre de formas futuristas hechas con técnicas de ebanistería clásica. Sus piezas con toques espaciales se nutrían con la combinación magistral de metal, plástico, madera, espejo, cristales y buenos textiles. En 1977, Cardin abrió *Evolution*, su galería de muebles, en un edificio de cinco pisos en el centro de París.

⁷⁶⁶ Artículo Moda futurista, pasado, presente y futuro. Publicado en Triángulo Magazine. 2013.

⁷⁶⁷ *Ibidem*.

En su faceta industrial no sólo se quedó en lo doméstico, proyectó aviones y automóviles, creó fastuosas decoraciones para sus casas, construidas bajo los preceptos del organicismo futurista. Compró el mítico *Maxim's* de París, montó además exclusivos hoteles y es dueño de un sinfín de inmuebles como el castillo del Marqués de Sade. Pierre Cardin ha sido siempre muy moderno, futurista y caprichoso, su fortuna le ha permitido hacer lo que ha querido, vive en París, y se considera un contestatario respecto a lo establecido. *He roto todas las reglas, soy el único modisto que pertenece a la Academia de las Bellas Artes*⁷⁶⁸.



Figura 448. Pierre Cardin y su universo creativo reflejado en la portada de TIME, 1970.

⁷⁶⁸ J.M.Martin Font. *Lecciones de una leyenda para el futuro de la moda*. El país cultural. http://cultura.elpais.com/cultura/2012/01/27/actualidad/1327697805_562724.html

Claramente el diseño en toda época es el reflejo de una sociedad, de sus riquezas y carencias. En este caso las prendas de Pierre Cardin nos muestran cómo puede repercutir en el diseño un cambio social y a la vez como éste tiene la misión de dejar testimonio histórico o registro de tal hecho para luego quizás transformarse en referente de nuevas generaciones de diseñadores.



Figura 449. Diseños futuristas de Pierre Cardin.

Pierre Cardin es recordado por sus propuestas futuristas, juego de minifaldas, estructuras circulares, vestidos en “A”, rayas y cortes inesperados en sus prendas, lo convierten sin lugar a dudas en un icono de los 60’s.



Figura 450. Composición de varios diseños de Pierre Cardin.

4.6.7. ANDRÉ COURREGES

El futurismo tiene como referencia la "actualidad" del instante vivido y sobre el que se proyecta. Es animarse al impulso sin empujar, es animarse a saltar sin cerrar los ojos. André Courrèges dio nuevos prismáticos a una época efervescente. Después de trabajar en Balenciaga, vibró el sueño de la luna y desvistió el mayo francés. Como ingeniero que es, practicó líneas y nuevas estructuras para reducir la distancia entre los cuerpos, pero también radicalizó esa distancia con la invención de la mini-falda.

La fantasía arrancó su vida de la rutina y penetró en el imaginario de una época que se autoproclama la más aventurera, deconstructiva, emotiva y rebelde del siglo. Quizás ese proyecto de época, esos aires de cambio y búsqueda de nuevos horizontes que hoy conocemos y contemplamos, haya pasado por los sueños de Courrèges.

El nuevo estilo de Courrèges dio la vuelta al mundo de la misma manera que el *New Look* de Dior, excepto que la de Dior era muy parecida a una época que ya no existía, la de Courrèges no se parecía nada a los estilos tradicionales. Como lo dijo el “Women’s Wear Daily” él era *Le Corbusier of the Paris Couture*. Después de su colección de mini faldas de 1965 fue plagiado alrededor del mundo y como consecuencia le vendió su comercio a L’Oreal y cerró sus puertas a todo excepto a los diseños individuales y exclusivos.

Un año más tarde reabrió con tres marcas en un intento por combatir los plagios: *Prototype*, *Couture Future* y *Hyperbole*, este último era de estilo casual y económico. Para todo hay una temporada y para Courrèges como líder la moda terminó a finales de la década de los 60’s, cuando lo espacial dejó de ser novedad.



Figura 451. Composición de diseños de Courreges.

Aun así su influencia es enorme y continúa a través de los patrones femeninos y masculinos que se venden en las boutiques por todo el mundo. En 1983 el grupo Japonés Itokin, compró el sesenta y cinco por ciento de las acciones de Courrèges a L’Oreal.

André Courrèges se interesa desde pequeño en el dibujo, en la pintura, en la arquitectura, en la costura y en la moda. Su padre, mayordomo al servicio de una gran familia de la región, hereda de su patrón unos trajes con acabados ejemplares, y transmite a su hijo el amor por el corte impecable y la perfección. Apasionado por todo tipo de deportes (pelota vasca, rugby, alpinismo...) el joven André se decide sin

embargo por los estudios de ingeniería de canales y puertos. Su formación incluye la arquitectura, una disciplina que influenciará toda su obra.

Una vez que obtiene su diploma de ingeniero, André Courrèges se da cuenta que su atracción por la costura es mucho más fuerte. Llega a París al finalizar la guerra, y al pasar por la avenida Montaigne, la calle de la moda por excelencia, toma la decisión de convertirse en un gran modisto. Durante algunos años, es diseñador en una pequeña casa de costura parisina, pero en 1948, tiene un encuentro determinante: Cristóbal Balenciaga, *el Dios de la moda*⁷⁶⁹, una de las grandes personalidades de la costura. Dos años más tarde comienza a trabajar para Balenciaga, donde profundiza sus conocimientos y conoce realmente la experiencia del trabajo de la Alta Costura. Aprende las bases de la profesión de modisto y conoce a la que se convertiría en su esposa: Coqueline, originaria también del suroeste de Francia. Tras diez años al servicio del maestro Balenciaga, deja la casa de costura y se lanza en solitario con la ayuda de su mentor.

En 1961, la casa Courrèges abre una boutique en París, en el número 48 de la avenida Kléber, con tan sólo dos costureras y su esposa Coqueline. En pleno periodo “yeye”, el país galo concede por primera vez importancia a su juventud. Es el momento de la despreocupación, de la utopía y el futurismo, es la explosión de Courrèges.

Su estilo, intensamente blanco, transparente y luminoso, teñido de una dimensión espiritual (según el modisto), marca los espíritus y la cultura, a través del mundo. Courrèges aparece en el buen momento. Yves Saint Laurent declara en 1966: *Las cosas ya no han vuelto a ser lo mismo desde la explosión propuesta por André Courrèges*.

⁷⁶⁹ Artículo Balenciaga, la Ñ de la moda, publicado en El Mundo (09/11/2010).

André Courrèges imagina la costura de otra forma. Es el primero que se libera de la herencia de la historia de la costura. Con él, se acaban las seis o siete pruebas necesarias para la elaboración de un prototipo de Alta Costura. Los clientes están encantados con el nuevo modisto. Utiliza también el color plata, el transparente o los colores vivos para acompañar. Elige materias que no comprimen el cuerpo. Con él, los vestidos se acortan, mostrando la rodilla, al tiempo que esconden la cintura y las caderas, el pantalón se impone para un porte cotidiano. Courrèges es un visionario, sueña con una mujer activa, que trabaja, que conduce. Para este diseñador, la moda ya no es un modelo sino una forma de vivir. En 1964, su colección *Fille de Lune* (Hija de Luna) se compone de faldas en blanco y plata con formas geométricas, de impermeables “paracaídas”, de botas brillantes en PVC con tacón plano. Courrèges siempre ha preferido los zapatos planos.



Figura 652.Colección *Fille de Lune* de 1964 Courreges.

Con este tipo de calzado la forma de caminar recuerda los movimientos de danza. El tacón plano obliga al modisto a calcular nuevas proporciones para el cuerpo femenino. Fija la prenda a la altura de los hombros para dejar que se ensanche en forma de trapecio a lo largo del cuerpo. Para evitar que la silueta se encoja, utiliza los sombreros. La cintura se esconde y sus colecciones enseñan las piernas.

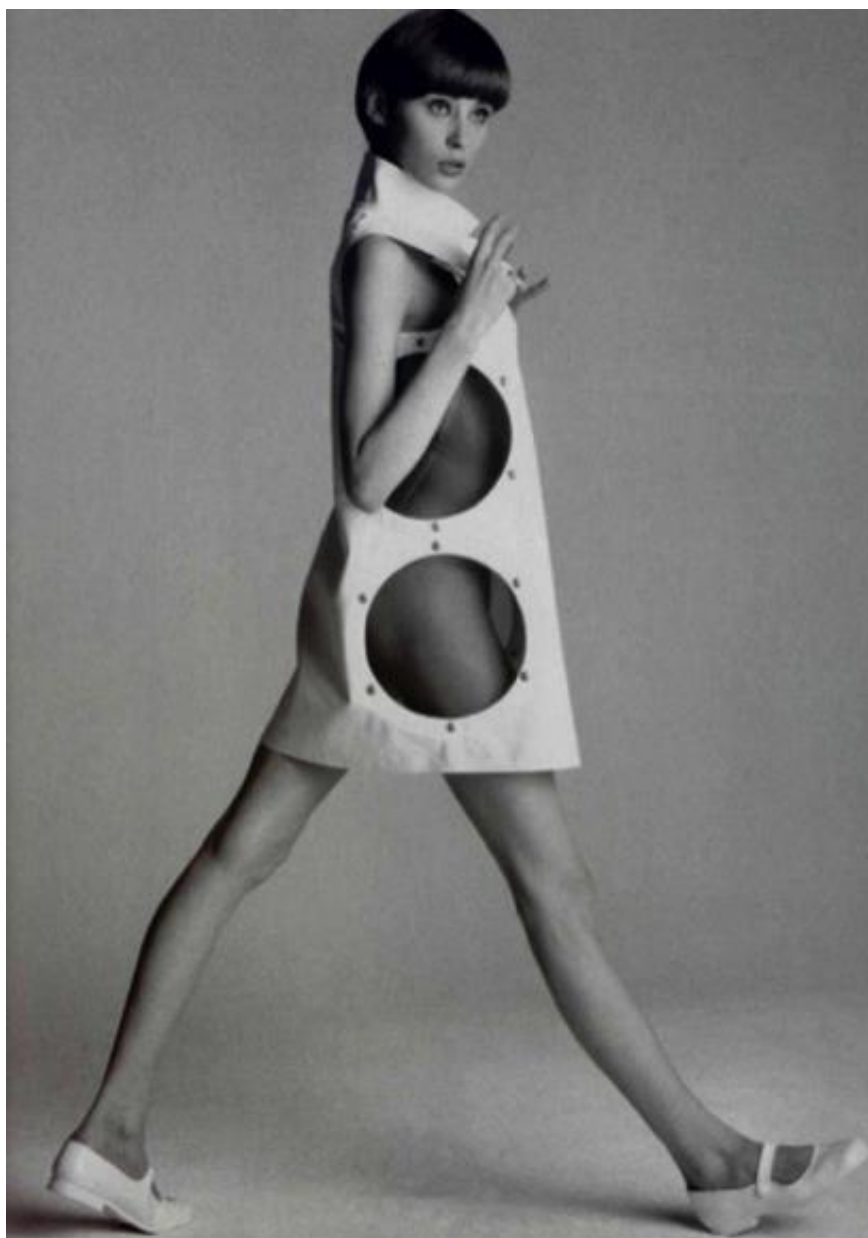


Figura 653. Modelo de la colección *Fille de Lune* de 1964 Courreges.



Figura 454. Botas inspiradas en la llegada del hombre a la luna, parte de la colección de *Moon Girl* de 1964.

4.6.8. PACO RABANNE

Nació en San Sebastián en 1934. Es arquitecto de formación, con un talento infalible para los volúmenes y un sentido trascendental de los materiales. Lanzó en 1964 sus primeros trajes experimentales e imponentes realizados en materiales contemporáneos metal, plástico. Por sus modelos en metal o sus vestidos de papel, el inventor de la cota de malla de los años 60 es una figura de referencia para muchos diseñadores. Incluso la gran dama de la moda, Coco Chanel, lo bautizó como *el metalúrgico*.

En 1966 tiene su primera colección llamada *Manifiesto* presentada en el Hotel George V de París: “12 vestidos imposibles de llevar fabricados en materiales contemporáneos”, adornados con discos y placas de Rhodoid. Más que un desfile fue un *happening* con aires de manifiesto: por primera vez un desfile dejaba de ser silencioso y presentaba a las modelos, una de ellas de color -algo inédito en la moda entonces-, bailando descalzas al ritmo del *Marteau sans maître* de Pierre Boulez⁷⁷⁰. El escándalo fue tal, que decidió abandonar la arquitectura para dedicarse por completo a la moda. El desfile fue una especie de manifiesto provocador al estilo dada, rompiendo tanto con los materiales y métodos tradicionales como con los desfiles de la Alta Costura. Rabanne fue un provocador cuya filosofía nació de la vena futurista de los años 60, y del arte contemporáneo, que había abandonado materiales y formas tradicionales. El tejido tenía nada que ofrecer: “¿Quién necesita un nuevo sastre? En el ámbito de las formas no se puede ser mejor que Balenciaga”.

Utilizó materiales como metal, papel, plástico, caucho, y fibra de vidrio; ensamblando, pegando o moldeándolos. Y así nos ha legado vestidos de metal, a medio camino entre las túnicas de los gladiadores, la cota de malla medieval y la indumentaria samurai; de plástico moldeado, sin costuras; de papel, con la trama de nylon y bandas adhesivas; o

⁷⁷⁰ Artículo publicado en <http://www.sofocomedia.com/es/blog/2014/february/paco-rabanne/>

módulos geométricos de piel unidos mediante anillas. Materiales y técnicas innovadores, nunca antes utilizados por la Alta Costura.



Figura 455. Vestidos de metal diseñados por Rabanne.

Si el metal ha sido su elemento más característico, es porque desde el principio quería jugar con la luz, su reflejo en el cuerpo y los vestidos, tomando como referencia los experimentos de Vionnet y Balenciaga.

El ideal de mujer Rabanne corresponde a “una luchadora que domina a los hombres”, salida directamente de las heroínas de Flash Gordon, su cómic preferido *cuyo protagonista era un héroe que viajaba por los planetas y siempre se enamoraba de heroínas vestidas de metal. Nunca pude borrar de mi mente las siluetas de aquellas mujeres, será por eso tal vez que siempre use metal en mis colecciones*⁷⁷¹. Y por eso no pudo rechazar vestir a Jane Fonda en *Barbarella* (Roger Vadim, 1968).

⁷⁷¹ Ibidem.



Figura 456. La actriz Jane Fonda con diseños de Paco Rabanne para *Barbarella* de Roger Vadim 1968.

Este concepto de la feminidad reflejaba la liberación femenina de la época, pero, en realidad, Paco Rabanne lo había heredado de su madre, que desde siempre lo había advertido que “en la moda tienes todas las libertades menos una: atentar contra la belleza de la mujer”, y, como *couturier* fue consciente que debía servir a las mujeres, no imponerse. De 1967 a 1970 tiene un período en experimentos con materiales y proyectos revolucionarios: vestidos de papel, modelos de cuero fluorescente, metal martillado, punto de aluminio y piel tricotada. Creaciones audaces y significativas.



Figura 457. Abrigo de Paco Rabanne (otoño-invierno 1966/1967) formado por triángulos de piel de cervatillo unidos con tachuelas metálicas. Figura 458. Mono de malla metálica de 1968.

De 1976 a 1989 las colecciones de costura se enriquecen con nuevos materiales tratados de manera poco convencional: tejidos luminiscentes, papeles metalizados, ante calado o trenzado de metal, cortinas de abalorios de madera y formas espectaculares: peto con hombreras de metal martillado articulado, chaquetas esculpidas en piel, abrigos cometa, jubones de cota de malla y zapatos “de punta curvada”.



Figura 459. Vestido realizado con piezas de madera 1978. Figura 460. Vestido realizado con plata y plumas de 1980.
Figuras 461 y 462. Diseños de Paco Rabanne década de los 70/80.

De 1999 a 2009 finaliza la Alta Costura. El *Prêt-à-porter* conoce un nuevo impulso bajo la dirección artística de Rosemary Rodríguez y, más tarde, de Patrick Robinson. Paco Rabanne también es pintor y diseñador. Expone sus obras pictóricas en Valbonne y presenta, en el salón *Maison et Objet* (Casa y objeto) una colección de seis sillas inspiradas en sus célebres texturas.



Figura 463. Creaciones de Alta Costura de Paco Rabanne. 1990

Rabanne, excéntrico visionario y apasionado de las ciencias ocultas, predijo que el 11 de agosto de 1999, día de eclipse solar, la estación rusa MIR se estrellaría contra Francia, destruyendo París. Este fallido hecho fue satirizado como el Pacolypse. Ese mismo año abandonó la Alta Costura, deficitaria. Del 2001 a 2009 crea *Ultraviolet Man*, *Black XS*, *Black XS pour Elle* y *1 Million*, marcan el nuevo estilo de Paco Rabanne: anticonformismo, diseño, audacia e innovación.



Figura 464. *Ultraviolet Man*, *Black XS*, *Black XS pour Elle* y *1 Million*.

Recibe en 2010 el Premio Nacional de Diseño de Moda “por ser el diseñador español de moda vivo más universal; por su innovación y su aportación a todos los ámbitos de la cultura del siglo XX, creando un nuevo concepto que escapa a cualquier clasificación convencional, al convertir la moda en expresión plástica de su tiempo”. En 2000, el Grupo Puig, licenciataria de sus perfumes desde 1968, compró la marca, encargando su *Prêt-à-porter*, sucesivamente, a Aurelien Tremblay, Christophe Decarnin y Oliver Debias; Rosemary Rodríguez; y Patrick Robinson, cuya colección fue responsable de que Puig decidiera congelar la actividad *Prêt-à-porter* en 2006.

Cinco años después, las colecciones volvieron de la mano del diseñador indio Manish Arora, quien realizaría dos temporadas. Su sustituta fue Lydia Maurer, quien también

realizaría dos colecciones. Desde julio de 2013 es Julien Dosenna el diseñador al frente de la casa.

Y para acabar, al menos de momento, esta revisión del futurismo en la moda, hablaremos de la joven diseñadora Ara Jo. Sus colecciones son para mujeres que sienten confianza y amor propio, además de feminidad y por supuesto, atracción por el futuro. Excentricidad en los tocados para el cabello y en los cortes se equilibran con la sobriedad y limitación de la paleta de colores. Celebrities como Lady Gaga, Leona Lewis, Roses y Kimberly Wyatt son admiradoras y portadoras del estilo único de Ara Jo.



Figura 465. Diseños de la colección de Ara Jo 2013.

4.7. EL CONSTRUCTIVISMO RUSO

El constructivismo fue un movimiento artístico y arquitectónico que surgió en Rusia en 1914, (se desplegó principalmente entre los años 1912- 1932) y se desarrolla en diferentes países de Europa. Es un movimiento de una gran carga ideológica con intención de representar los problemas sociales de la época. Se renuncia al arte por el arte para dar paso a la comunicación visual, los artistas buscaron producir cosas útiles, en las áreas de diseño industrial, comunicación y artes aplicadas al servicio de la nueva sociedad comunista⁷⁷². La composición del constructivismo destaca por sus marcadas diagonales, la fotocomposición y el uso de colores primarios. Muchos de los artistas de esa época se dedicaron al diseño de carteles, de moda, tipografías, fotografía, arquitectura interior, propaganda, ilustraciones, etc. Algunos de los principales exponentes de este movimiento fueron: Kasimir Malevich, Vladimir Tatlin (a quien se considera padre del constructivismo), Alexander Rodchenko (Pintor), Aleksei Gan (quien escribió los principios del constructivismo), y Lissitzky (quien inició el Diseño gráfico). Algunos nombres de los artistas que quisieron experimentar en el ámbito del diseño textil y vestuario son: Vladimir Tatlin, Varvara Stepanova y Liubov Popova.

La Rusia revolucionaria cuestionó radicalmente la moda, la consideraba un fenómeno burgués que debía desaparecer al igual que la clase social que lo generaba, y la pintura de caballete, según Rodchenko⁷⁷³ (quien se pasó a la fotografía por parecerle directa y eficaz) debía desaparecer, puesto que tanto él como los artistas de la revolución la vieron como un asunto burgués cuyo destino había sido la decoración de las casas y mansiones burguesas. Esto supuso el interrogante sobre si el arte había muerto, y la búsqueda de un destino para los artistas, que alentados por Stepanova, debería buscar su

⁷⁷² Artículo Constructivismo ruso publicado en <http://elartedelamodalamodadelarte.blogspot.com.es/>

⁷⁷³ Fue un escultor, pintor, diseñador gráfico y fotógrafo ruso catalogado como de los artistas más polifacéticos de la Rusia de los años veinte y treinta. Fundador, entre otros, del constructivismo ruso. Estuvo casado con la también artista Varvara Stepánova.

nuevo lugar en el mundo e ingeniárselas para participar en la construcción de la sociedad comunista. Aquí la moda, aparece como la muestra más evidente del capitalismo rampante, y su dinámica atentaba contra el cuerpo social homogéneo, puesto que servía para establecer diferencias de clase, que en una sociedad comunista no tenían cabida. Tratándose de una sociedad igualitaria, el cuerpo social debería uniformarse y su ropa servir al propósito de levantar un nuevo orden. Para ello, los criterios de funcionalidad eran los únicos válidos en la concepción de una prenda, negándose así cualquier vinculación del vestir con la inestabilidad de la moda, el capricho del adorno, o la futilidad del cambio por el cambio.

Las prendas construidas por Vladimir Tatlin ejemplifican una perspectiva anti-moda. El vestido debía formularse y diseñarse bajo criterios prácticos; el color nunca se escogía por sus poderes expresivos sino por su capacidad para esconder suciedad, quería que su ropa fuera cómoda, de larga duración y fácil de limpiar, con corte adecuado para toda posición corporal, bolsillos ubicados en referencia al largo de las mangas. Las chaquetas de forma trapezoidal ampliada en los hombros y estrecha en la cintura, eran acompañadas por pantalones estrechos a los tobillos. Sin embargo la más grande innovación de Tatlin fue su Gabán (Abrigo). Con forma de óvalo, hecho de tela impermeable, buscando asegurar que podía ser usado en dos estaciones. Con forros removibles, uno en franela para el otoño y otro en piel para el invierno se creó la primera prenda modular. Los diferentes componentes del gabán se usaban de maneras distintas, Tatlin concibió el diseño en tres módulos que podían reemplazarse uno tras otro según la necesidad.

El guardarropa del comunista futuro debía estar determinado por la utilidad, y la primera cualidad del vestir debía ser su poder para actuar como instrumento de socialización. El estado totalitario reclamaba no sólo el alma de sus ciudadanos sino

también sus cuerpos. En la era soviética al deporte se le consideraba como un asunto de estado, era el tema preferido para la propaganda política; el ejercicio físico era casi un deber revolucionario. El “Nuevo Hombre” debía tener un cuerpo “nuevo”, en buena condición física, que naturalmente estaba consagrada al servicio del estado. Por consiguiente, si el deporte se juzgaba según su utilidad social, a ello le seguía que los equipos deportivos fueran altamente apreciados puesto que se suponía que no sólo fortalecían el cuerpo del atleta sino que también reforzaban la cohesión del cuerpo social.

4.7.1. LIUBOV POPOVA

Liubov Popova realizó algunas de las obras cubistas más importantes de la vanguardia rusa, sobre todo por su tratamiento de las formas arquitectónicas dentro de la pintura. La “artista-constructora” como la llamaban sus contemporáneos, fue una de las principales defensoras del arte abstracto en Rusia y una de las figuras más destacadas de la vanguardia de ese país durante los primeros años del siglo XX.

A finales de 1921 renunció, junto a otros veinticinco artistas del Injuk, a la pintura de caballete y promulgó la necesidad de que los artistas se dedicasen a crear arte utilitario. Popova trabajó en diseños textiles y dio clases en la Escuela de Arte, Teatro Vkhutemas y en el Instituto de Cultura Artística Inkhuk. Abandona la pintura de estudio para dedicarse plenamente al arte de producción. Siguió participando de exposiciones constructivistas, con este estilo realizó arte utilitario, cubiertas de libros, escenografías, ropa, tejidos y porcelanas. Realiza diseños textiles y de moda junto a Varvara Stepanova para la primera fábrica textil estatal (Tsindel) entre 1923 y 1924. En ellos utilizó principios muy cercanos a los de su obra pictórica (combinación de colores, elementos geométricos, dibujos vivos y rítmicos).

Su propuesta en vestidos es la que presenta matices, propuso líneas simples, con caída natural, mangas anchas y con un toque *flapper*⁷⁷⁴ dado por los contis que proponía a la cintura o a la primera cadera. Los cuellos eran grandes, ampliaban los hombros, eludían el busto y estaban cosidos rudimentariamente. Los tintes de androginia estaban dados por el trabajo del torso mencionado anteriormente más que el patrón óptico del tejido. El punto en los vestidos de Popova radicaba en su combinación de líneas simples, donde

⁷⁷⁴ Las flappers tienen sus orígenes en un periodo de liberalismo social, turbulencias políticas y aumento de los intercambios culturales transatlánticos que siguió al final de la Primera Guerra Mundial, así como la exportación de jazz americano a la cultura europea.

el ingrediente principal estaba puesto en las formas gráficas del estampado textil. Sus vestidos no llegarían a fábrica como sus estampados.



Figura 466. Algunos estampados de Popova.

A pesar de los esfuerzos, las masas seguían prefiriendo los estampados florales y suspirando por la elaborada producción extranjera. La revolución del vestir que quiso llevarse a cabo desde el constructivismo y luego desde el productivismo, no pudo

llevarse a cabo. La realidad, el gusto y la preferencia de las masas eran otros y la moda fenómeno burgués o no, no pudo ser destronada.



Figura 467. Algunos estampados de Popova.

4 7.2. VARVARA STEPANOVA

Varvara Stepanova afirmaba que el concepto de la moda debía ser reemplazado por una concepción del vestir basada en el uso. Por tanto, la ropa debía diseñarse de modo que se adaptara a la producción. Definiendo tres tipos de vestido. El *prozodezhda* o traje de producción, era una prenda que se adaptaba perfectamente a los requerimientos de la profesión del usuario⁷⁷⁵. El *prozodezhda*, diseñado desde la perspectiva del taylorismo, debía proveer la máxima comodidad para el usuario puesto que él o ella lo utilizaban para trabajar. Liubov Popova, aplicó los principios del *prozodezhda* en sus diseños para los actores del teatro de Vsevolod Meyerhold. Las prendas fueron usadas como vestuario para el montaje de *El Magnánimo Cornudo* de Meyerhold en 1922. Ese mismo año, la constructivita Stepanova creó su versión de *prozodezhda* para los actores de la obra *La Muerte de Tarelkin* de Sukhovo Kobylín, montada por Meyerhold con la ayuda de Sergei Eisenstein, y su asistente Inzhinov.

Además del *prozodezhda*, se crearon el *spetsodezhda*, una prenda especializada con una función productiva específica (Ropa protectora especial para cirujanos, pilotos, bomberos, trabajadores de fábricas donde se manejara ácidos, o exploradores del ártico) y el *sportodezha*, categoría que tuvo prioridad debido a su impacto social. Para los soviéticos y los nazis, las prendas deportivas eran vistas de esta manera por ser esenciales para estimular la actividad patriótica. Stepanova decidió crear camisetas para los equipos de fútbol y básquetbol, dando a luz a cientos de diseños. Años después Adolf Dassler conoció los diseños de Stepanova permitiendo el florecimiento de Addidas.

⁷⁷⁵ Información obtenida del artículo Constructivismo en la Moda. Publicado en <https://fashionlaboratory.wordpress.com/2015/07/13/constructivismo-en-la-moda/>



Figura 468. Diseños de Stepanova.

4.7.3. KAZIMIR MÁLEVICH

Kazimir Malévich fue el máximo representante del Suprematismo⁷⁷⁶, una de las principales corrientes defensoras de la abstracción geométrica en la Rusia del primer tercio del siglo XX que tenía como objetivo la búsqueda de “la supremacía de la sensibilidad pura” en el arte. El suprematismo promueve el gusto por la abstracción geométrica y el arte no figurativo. Para ello los suprematistas buscan la “supremacía formal” en la representación de un universo visual poblado por formas geométricas puras. De esta exención se desprende que el suprematismo rechaza el arte convencional y se adentre en la búsqueda de la pura sensibilidad en la geometría; hasta caer en una abstracción casi insuperable y simple. Para los artistas suprematistas lograr esto, debían suprimir todo lo expresivo y anecdótico que se hallaba en las producciones abstractas.

En consonancia con ello este movimiento propició una nueva modulación de las formas y sus concepciones plásticas, gestando producciones artísticas que, para ese entonces, segunda década del siglo XX, gestaron nuevos conceptos sobre las “formas puras y absolutas” en diálogo con la plasmación de atractivas armonías sencillas.

Diseñadores como Jill Stuart, Céline y más recientemente Jacquemus se inspiraron en la geometría, hicieron su particular homenaje a la pintura suprematista. Brillante vuelo de vestido Jill Stuart y el estilo clásico que recuerda suéter Céline situado azar círculos, cuadrados y triángulos en las pinturas de Kazimir Malevich.

⁷⁷⁶ Fue un movimiento artístico ruso que se desarrolló paralelamente al Constructivismo. Formado en Rusia en 1915-1916. Término utilizado por Kasimir Malevich como referente a su teoría y producción artística desarrollada a manera de manifiesto y cuyo fundamento se establece en la “pura no-objetualidad”. Como estilo artístico el suprematismo es un intento por dogmatizar en “principios formales puros” la estética geométrico-constructiva que había nacido en el círculo artístico del Vanguardismo ruso y que trabajaban artistas como Tatlin, Rodchenko y los hermanos Pevsner.



Figura 469. Vestido de Céline colección otoño-invierno 2012. Figura 470. Vestido de Jil Stuart colección otoño-invierno.

A Nicolás Vaudelet -formado en los talleres de Lacroix o Givenchy- le encanta experimentar con formas, volúmenes y, en definitiva, realzar la silueta de la mujer. Y lo consigue mediante un seleccionado juego de ceñidos vestidos de cuero con escote palabra de honor, pantalones cargo de espíritu militar y chaquetas de enormes hombreras que nos evocan a una mujer fuerte, independiente. De esta forma presentó su colección “invierno rojo” inspirado en la estética rusa de otoño-invierno 2012/2013.



Figura 471. Nicolás Vaudelet para *El caballo* otoño-invierno 2012.



Figura 472. Bolso Burberry colección 2013. Chaqueta Chanel colección 2014, inspirado en Malevich.



Figura 473. Comparativa visual del vestido de Jacquemus otoño- invierno 2015 y *Suprematism, 18th Construction* de Malevich, 1915.

Karl Lagerfeld en Fendi fue uno de los grandes abanderados de la tendencia en el 2014. En la pasarela junto a su proyecto con Fendi de los bolsos, zapatos, brazaletes, gafas y anillos hicieron al público dar un viaje en perspectiva por el arte moderno, con inspiraciones en el arte abstracto y constructivismo ruso.



Figura 474. Fendi colección primavera-verano 2013.

Prada para el otoño-invierno del 2014 también se inspiró en el constructivismo. Una colección de llamativos e intensos colores y formas arquitectónicas que gana ligereza y sensualidad con estratégicas transparencias. Y en la que los abrigos y chaquetones se presentan en tamaños *oversize* combinando cuero y piel con pelo, en contrastadas combinaciones de color. Unos contrastes que también están presentes en los geométricos estampados de diversos tamaños que combinan entre sí. En cuanto a las prendas, los vestidos de largos “midi” y los chaquetones y abrigos de marcados hombros y en su mayoría ribeteados con pelo, se erigen protagonistas.



Figura 475. Diseños de la colección otoño-invierno de Prada 2014.

4.8. SURREALISMO

El surrealismo es el único movimiento de los ya gestados en 1914 que no tuvo líos con la moda, dado que algunos de sus integrantes trabajaron en compañía con modistos representativos de Francia, como es el caso de Elsa Schiaparelli con Salvador Dalí, o Man Ray para las casas de Schiaparelli o Madame Grès. Si bien el futurista Ernesto Thyaht, había realizado ilustraciones para Madeleine Vionnet, su intención de crear un traje universal como la *tuta* manifiesta cierta posición antimoda.

El surrealismo incursionó de múltiples maneras en el diseño de la indumentaria. La importancia que el surrealismo le dio al vestido, estaba vinculada con una especie de adoración perpetua al fetichismo, tanto de los accesorios como de toda la indumentaria de la mujer⁷⁷⁷. Esto se evidencia en muchas de las pinturas de los artistas del movimiento, con lo que cabe decir que esta valoración del vestido no es solamente práctica sino también conceptual. Se tomaron símbolos que reforzaron esta representación de manera visual. El maniquí, presente en tantas de las pinturas de De Chirico y al que le faltaba los brazos y la cabeza, junto con *La mujer que camina* de Giacometti fueron algunos de estos fetiches, concebidos para mostrar la superioridad masculina. La falta de la cabeza transmite ese pensamiento de la mujer como soñadora, irracional y guiada por el sentimiento. Mientras que la ausencia de brazos denota la vulnerabilidad de lo femenino junto con su capacidad para dejarse manipular sin ofrecer resistencia. Esta representación mítica y simbolista se explica por la herencia romántica que en cuanto a la mujer los surrealistas aceptaron; de ahí sus problemas para interiorizar el icono de liberación que a principios del siglo XX surgiría en Europa. Fueron muchas las mujeres que influyeron en los surrealistas. Así, Nadja lo hizo profundamente en Breton, quien escribiría posteriormente una novela con ese título y en

⁷⁷⁷ Rosario Jiménez Morales. El surrealismo y la modernidad. Universidad Ouberta de Catalunya.

la que, en realidad, narra más sus conflictos interiores y su vida por las calles en París que la relación entre ambos. Pero quizá la mujer que más impactó en la personalidad surrealista fue sin duda alguna Gala. Casada anteriormente con Paul Éluard, al que abandonaría para unirse a Dalí, no sólo les sirvió de inspiración a ellos sino que también a Breton, Aragon o Max Ernst. A pesar de no ser una artista en sí, Gala desarrolló un poderoso instinto para el mercado del arte, lo que la haría ganarse enemistades en los últimos tiempos⁷⁷⁸.

En la siguiente escena observamos cómo artistas como Chirico en cuya obra se manifiesta la moda desde el elemento del maniquí, o Magritte quien sobreimprime en los vestidos fragmentos del cuerpo nos sirven como ejemplos a la hora de detectar la presencia del vestido en el arte y su paralelo en la moda.



Figura 476. *La filosofía en el camerín*. 1947. Magritte. *Hector y Andromaca*. 1917. Chirico.

⁷⁷⁸ Ibidem.

4.8.1. SALVADOR DALÍ

Si bien parte del inmenso prestigio y popularidad de que gozó ya en vida se debió a sus estrafalarias e impostadas excentricidades, Salvador Dalí acertó a insuflar nueva vida al surrealismo europeo hasta convertirse en su más conocido representante; sus confusas ideas estéticas (el llamado método paranoico-crítico) fueron mucho menos decisivas que sus impactantes composiciones, a las que trasladó con magistral precisión técnica un personalísimo universo onírico y simbólico, tan nítido y luminoso como profundamente inquietante y perturbador.

4.8.1.1. SHIAPARELLI & DALÍ

El sueño de una comunión aún mucho más estrecha entre el arte y la moda podríamos decir que se consolida de manera contundente en la producción realizada en la casa de modas de Elsa Schiaparelli, en la medida en que se trata de trabajos realizados bajo asociaciones creativas, encargos e intercambios entre la modista y otros miembros del movimiento. También introdujo nuevos materiales a la escena de creación de moda, como el bordado con papel celofán, utiliza en sus diseños el trampantojo, técnica que a su vez era muy utilizada por los surrealistas en sus pinturas.

No podríamos dejar de mencionar el movimiento Surrealista en el que se dieron cita creadores de muy diversas disciplinas: literatura, cine, artes plásticas, y desde luego, la moda. En este ambiente se inserta la vida y producción de Elsa Schiaparelli, uno de los baluartes de la moda surrealista, de quien se dice que confirmó la entrada del Arte en la Alta Costura⁷⁷⁹.

⁷⁷⁹ Artículo de Silvia Alexandrowitch en El País.

http://www.elpais.com/articulo/cultura/Paris/exhibe/mejores/creaciones/provocadora/Elsa/Schiaparelli/elpepicul/20040428elpepicul_4/Tes/

Sin embargo, la pregunta que aquí surge es por qué hablar de esta década como el periodo de tal consolidación, y por qué precisamente con el surrealismo. De un lado, tenemos la cercanía que la diseñadora había tenido con el círculo de Alfred Stieglitz⁷⁸⁰, en cuya galería conoció a Marcel Duchamp y a Baron de Meyer, en su visita a Nueva York en 1916. Su viaje con destino a esta ciudad empezó en Burdeos cuando zarpó en con su esposo Wilhelm Wend de Kerlor a bordo de *The Chicago*, se cuenta que entre los pasajeros estaba Gabrielle Picabia, la esposa del poeta y pintor dadaísta Francis Picabia, de quienes se hizo amiga. Para 1920, habiéndose separado de su esposo, volvió a establecer contacto con Gabrielle quien le presentó a Man Ray con el cual entabló lazos de amistad y de trabajo posándole como modelo. Seguidamente, en su regreso a París, establece contacto de nuevo con Man Ray (que había retornado a dicha ciudad en 1921) y frecuenta la movida intelectual de entonces, lo que le permitirá ampliar un círculo de amistades a tono con sus intereses filosóficos. El texto de Walter Benjamin *El surrealismo. La última instantánea de la inteligencia europea*, escrito en 1929, permite entender el momento por el cual, según él pasaba el movimiento. El autor afirma que había pasado de su estado heroico, de esa *sustancia imperceptible, marginal, en la que originalmente se enfundaba el embrión dialéctico* en el que se había desarrollado, a la explosión de una *lucha objetiva, profana por el poder y el dominio*, para no transformarse o desmoronarse como *manifestación pública*. Este estado, podría implicar una apertura por parte de sus integrantes hacia otras alternativas más allá de las artes plásticas y la literatura en aras del reconocimiento o de la expansión de sus alcances. Es ahí donde la moda y su capacidad de impregnarse entre la mayoría se convierte en un terreno propicio para dicha manifestación. Si se tiene en cuenta que la primera colección de Schiaparelli, de manera oficial, fue presentada en 1928 resulta consecuente, con la observación de Benjamin, pensar en unas condiciones dadas para que ese diálogo entre

⁷⁸⁰ Fotógrafo estadounidense, de origen judío-alemán.

moda y surrealismo se pudiera consolidar en el trabajo de la diseñadora en mención, igualmente ella tenía, según escribe en *Shocking Life*, su autobiografía, un interés manifiesto por el arte:

*(...) Una o dos veces he pensado que en lugar de pintar o esculpir, dos cosas que hice bastante bien, pude inventar vestuario o ropa. Diseñar indumentaria, casualmente, para mí no es una profesión sino un arte. Me di cuenta de que era un arte difícil y poco satisfactorio, porque tan pronto como nace un vestido ya se ha vuelto cosa del pasado. A la vez que normalmente no requiere demasiados elementos que le permitan a uno realizar la visión real de lo que se tiene en mente*⁷⁸¹.

El mismo Benjamin, en su *Tesis de filosofía de la historia* (1940) citaba a la moda como un *salto de tigre al pasado*, mostrando con ello su proclividad a construirse retomando fragmentos del otro para aparecer en el presente, un presente inestable dada la intención que mantiene la moda de proyectarse al futuro, en términos de “lo que viene”. Por tanto, encontramos que la moda retoma formas provenientes de contextos diferentes juntándolas para producir una nueva forma. Esta lógica la hace ser, parafraseando la frase de Lautrémont⁷⁸², *tan hermosa como el encuentro casual sobre una mesa de disección de una máquina de coser y un paraguas*. En otras palabras, la moda tiene implícitos en su naturaleza ciertos elementos del surrealismo: la sorpresa, la ilusión, la ironía. Siendo así, ¿por qué los surrealistas no habrían de apropiársela como materia de expresión? Si la esencia del surrealismo consistente en la expresión verbal o escrita *del*

⁷⁸¹ En la actualidad no existe traducción al castellano de la autobiografía de Elsa Schiaparelli, por lo que la cita la he traducido de Breward, Cristopher., *Fashion*. Nueva York, Oxford University Press, 2003.

⁷⁸² Fue un poeta francés, nacido en Montevideo, Uruguay, y educado allí hasta los 13 años. Desconocido durante su corta vida, llevó a extremos inéditos el culto romántico al mal y es considerado uno de los precursores del surrealismo.

pensamiento dictado en ausencia de todo control ejercido por la razón y fuera de todas las preocupaciones estéticas o morales, como lo expresara André Breton en el Manifiesto surrealista, podríamos considerarlo como una forma de expresar el pensamiento más cercana a la literatura, de manera que la pintura y los objetos serían formas tangenciales a dicha esencia. En consecuencia, la moda puede ser otra de estas formas tangenciales, lo que también puede sugerir la posibilidad de que el movimiento haya acogido el fenómeno de la moda como experiencia del arte, como una forma mediante la cual podían manifestarse tales dictados.

Por ejemplo, para el movimiento surrealista el cuerpo y la relación cuerpo y vestido era tema de interés, en especial el cuerpo femenino. Según afirma Cruz Bermeo⁷⁸³, *en su búsqueda por un análogo del cuerpo humano hallaron la realización en los maniqués de costura y de escaparate así como en la estatuaria clásica. Este comparable juego de cuerpos le daba posibilidades a la moda y a las artes para representar y poner de relieve la transformación de una forma tomada de la naturaleza en arte.*

De manera que para la Exposición internacional del Surrealismo, realizada en París en 1938, fueron distribuidos varios maniqués entre los artistas para que los intervinieran a su manera. Los surrealistas sentían una profunda adoración por el cuerpo femenino, tema de inspiración para la realización de envases de perfumes y fotografías sobre maniquís.

⁷⁸³ Cruz Bermeo, W. (2007) *Revisión a la vieja amistad entre el arte y la moda. Los surrealistas y la moda*. Argentina: Universidad de Palermo.



Figura 477. Maniquí realizado por Dalí para la Exposición Universal de 1938.

De los realizados por Salvador Dalí existe registro fotográfico tomado por Man Ray. La apropiación de estos sustitutos del cuerpo femenino puede verse igualmente en el diseño del frasco para el perfume *Shocking* de Elsa Schiaparelli, realizado por la también surrealista Leonor Fini, dos años antes de la exposición, y lanzado en 1937.

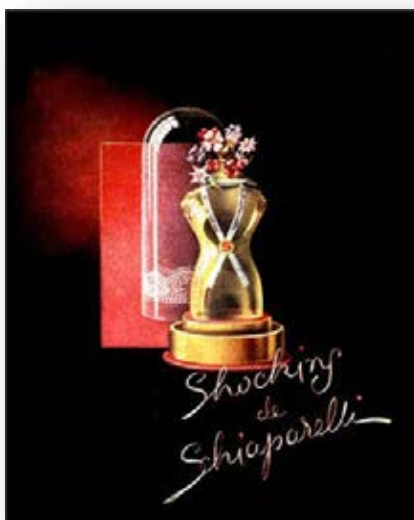


Figura 478. Perfume *Shocking* de Schiaparelli.

Para ello recurrió al maniquí de costura de la actriz Mae West, para quien Schiaparelli creaba por entonces el vestuario de una de sus películas: *Every Day's a Holiday*. Incluso en la vitrina promocional del salón de la Place Vendôme, se instaló un maniquí de costura junto con el perfume.



Figura 479. Cartel de la película *Every Days a Holiday*, 1935 de James Hill.

Pero la inclinación por objetos como el maniquí también se ve reflejada en la fotografía que en 1931 le tomara Man Ray a Elsa, en la que a su torso se superpone otro de plástico y su cabello es sustituido por una peluca evidentemente sintética que fuera peinada y refinada por las hábiles manos del peluquero francés Antoine.



Figura 480. Elsa Schiaparelli por Man Ray 1931.

Sin embargo, los maniqués no fueron el único objeto evocador del cuerpo femenino, en una edición de *Minotaure*, la publicación de orientación surrealista, editada por André Breton y publicada por Albert Skira, el poeta y fundador del dadaísmo, Tristan Tzara escribió un texto titulado *D'un certain automatisme du goût* (Sobre un cierto automatismo del gusto) ilustrado con fotografías de Man Ray, que mostraban varios sombreros de Schiaparelli cuyas formas se adecuaban a la idea de Tzara de que no eran meramente accesorios de moda, sino que su parecido con los genitales femeninos los había convertido en metáforas sexuales, de este modo revertía la interpretación

psicoanalítica freudiana de los sueños, según la cual el sombrero femenino era un símbolo de los órganos sexuales masculinos. Estos trabajos ponen de manifiesto la costumbre surrealista de componer imágenes o textos de manera lúdica y grupal, dos elementos propios del *cadáver exquisito*, y señalan además una participación activa de la diseñadora en el ambiente artístico de su época y del movimiento como tal, por lo que sorprende que sus aportes no hayan sido tenidos en cuenta muy a menudo por los historiadores del arte. En este sentido, sus contribuciones al respecto han sido desestimadas, en lugar de ello, sus propuestas deberían ser vistas como reflejo del aire del tiempo que circundaba en el París de los años treinta, en un momento en el cual varios artistas y escritores surrealistas estaban trabajando e interactuando con el mundo de la moda, motivados en parte por las condiciones económicas que sobrevinieron a la Depresión, las cuales los condujeron a prestar sus servicios como ilustradores, diseñadores de motivos textiles y accesorios para casas y revistas de moda. Tal es el caso de Elsa Triolet⁷⁸⁴ que diseñó y produjo collares que su compañero Louis Aragon vendía a Chanel, Jean Patou y Schiaparelli. No obstante, la decisión de los artistas de vincularse con las casas de costura no debería adjudicarse únicamente a razones de orden económico, sino también a las posibilidades lúdicas, creativas y de reconocimiento que estas ofrecían, sumado a la empatía existente entre modistos y artistas. En el caso particular de Schiaparelli, su excelencia en la dirección de iniciativas, su devoción por acoger expresiones plásticas llamativas y en contravía con las convenciones del gusto burgués prevaleciente en la moda de entonces, hacían que su *maison* resultara ser un terreno más llamativo y propicio para aquellos cuyas actitudes manifestaban la debacle total de la razón. Quizás la más reconocida de estas

⁷⁸⁴ Escritora rusa. Establecida en Montparnasse en 1924, se relaciona con escritores surrealistas y con otros artistas como Fernand Léger y Marcel Duchamp. Conocerá a Louis Aragon en 1928 en París, en el café "La Coupole", al que acudían numerosos artistas, y pasa a ser su musa. En los años 30, elabora collares para la Alta Costura y escribe reportajes para periódicos rusos; también se dedicará a traducir a los grandes novelistas rusos al francés

comuniones artísticas, de la dupla moda-arte, sea la que establecieron Elsa Schiaparelli y Salvador Dalí. La primera colaboración oficial entre ambos se dio en 1936, hubo tal reciprocidad que el trabajo del uno fortalecía al del otro. Ese año ambos realizan una serie de trajes y abrigos con bolsillos que parecían gavetas en miniatura con manijas incluidas; recurriendo a la idea de cuerpos equipados con gavetas, la cual había sido recurrente en la obra del pintor desde hacía ya casi dos años. Las piezas indumentarias resultantes fueron registradas en una fotografía de Beaton para *Vogue* que enfatiza el creativo diálogo entre modista y artista, puesto que muestra a una de las modelos levantando una revista, mientras parcialmente se cubre el rostro con ella.



Figura 481. Diseños de Elsa Schiaparelli fotografiados por Cecil Beaton para *Vogue*, 1936.

Se trata precisamente de la publicación surrealista *Minotaure*, cuya portada había sido ilustrada por Dalí, aquél mismo año, con la imagen de un minotauro saliéndole del vientre una langosta y del pecho una gaveta; entretanto los bolsillos de los vestidos de

Schiaparelli claramente aludían a dicha gaveta que se lanza por entre el vestido del personaje mitológico.

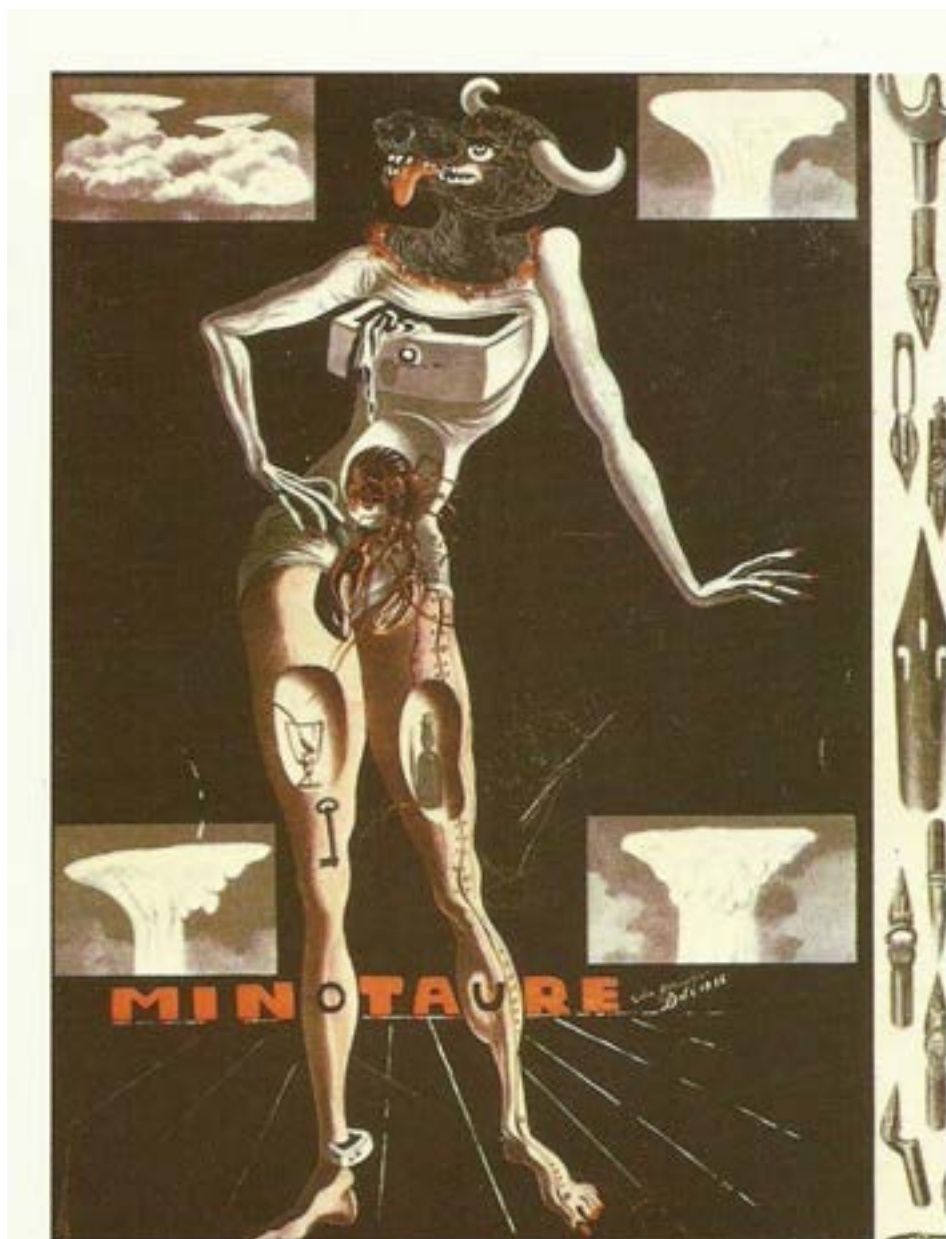


Figura 482. Portada de la revista *Minotauro* 1936.

Para Dalí la langosta (al igual que la bocina telefónica), tenía ciertas connotaciones sexuales y había estado presente desde 1934 en su trabajo, como en una las ilustraciones que le encargó *American Weekly* al artista sobre sus impresiones de la ciudad de Nueva York, en ella se leía: *El sueño neoyorquino: un hombre encuentra una langosta en*

lugar de un teléfono. También en una escultura, titulada *Teléfono langosta* (1936), en la que la bocina del teléfono ha sido reemplazada por una langosta. La obra se encuentra actualmente en la galería Tate de Londres.



Figura 483. Escultura Teléfono langosta de Salvador Dalí, 1936.

Efectivamente, con el crustáceo como tema era apenas de esperarse que se viera en prendas de Schiaparelli, siendo así tomó forma a manera de estampado, con perejiles finamente picados, en un vestido que se hiciera célebre por las fotografías que Beaton le tomara a Wallis Simpson, la futura duquesa de Windsor.



Figura 484. Duquesa de Windsor fotografiada por Cecil Beaton en.1937.

A lo largo del tiempo se han realizado otras versiones de este vestido inspirándose en la obra de Schiaparelli, es el caso de John Bill Gayten con dos creaciones, una presentada en pasarela en el año 2013 y otra llevada de la mano de Anne Wintour.



Figura 485. Diseño de la colección primavera-verano 2013 de John Bill Gayten. Figura 486. Anne Wintour con un modelo inspirado en el Vestido langosta de Dalí.

Al parecer el vestido langosta de Dalí tenía como objetivo levantar la imagen algo impopular de la prometida, para proyectarla como una dama candorosa y recatada; no obstante, como señala Dylis E. Blum, *la langosta dotaba al vestido con cierta tensión erótica*, que afectaba los propósitos promocionales de una nueva imagen para la Sr. Simpson (Duquesa de Windsor). Para Dalí la langosta connotaba sexualidad, esta sugerencia se ratificaba aun más con el punto en cual estaba el estampado, salía justamente de la zona de los genitales, pendiendo como un gran falo. Luego, para la colección de invierno de 1937-38, habría otro aporte de Dalí, un vestido sencillo y una chaqueta negra con los bolsillos bordados a manera de labios, evocando los de Mae West, el conjunto lo remataba un sombrero negro de fieltro con la forma de un zapato de tacón alto.



Figura 487. Traje de chaqueta Mae West de 1937 por Schiaparelli y Salvador Dalí.

La idea de este desconcertante sombrero partió de una fotografía que Gala le tomara a su esposo estando en puerto Lligat en 1933, en ella, el artista llevaba un zapato de mujer sobre la cabeza y otro en el hombro derecho. Fue sin duda otra de las creaciones con más repercusión de Schiaparelli y que, años después (1985), el largometraje *Brazil* de Terry Gilliam nos mostró también en la gran pantalla.



Figura 488. Escena de la película *Brazil* de Terry Gilliam, 1985.

Tres jóvenes surrealistas sostienen en sus brazos la piel de una orquesta, es una pintura de Dalí, en la que los límites entre el vestido y el cuerpo se disuelven, de manera que la tela rasgada que cubre el cuerpo de una de las jóvenes se funde en con la piel desollada. Este tema se desarrolló más adelante en un diseño de Schiaparelli en colaboración con Dalí para su colección *Circus* del verano de 1938. Se trataba del *Vestido de lágrimas* que aún cuando estaba nuevo parecía hecho jirones, en su momento era de color azul pálido, pero hoy en día se ha desvanecido a blanco; posee un estampado a modo rasgaduras, las cuales se enfatizan con una capa cuyos apliques dejan ver la tela subyacente como si se tratara de piel aflorando por las rasgaduras.



Figura 489. *Tres jóvenes surrealistas sostienen en sus brazos la piel de una orquesta* de Salvador Dalí, 1936.



Figura 490. Vestido lágrima por Elsa Schiaparelli y Dalí. 1938.

Teniendo en cuenta la fecha de su creación Alice Mackrell, autora del libro *Art and Fashion* sostiene que *en la época de la Guerra Civil Española, debió haber sido una poderosa declaración visual no sólo para los mundos del arte y la moda, sino para el mundo político también y un precursor de que lo peor estaba por venir*; mientras que Richard Martin lo considera un *memento mori*, en un estado de destrucción desde su origen. A pesar de que este vestido es el más comentado como un ejemplo de la disolución de las barreras entre cuerpo y vestido, existe otro de la misma colección que quizás expone de manera más radical dicho planteamiento; lo posee el museo Victoria & Albert de Londres. En él Schiaparelli expone la estructura ósea del cuerpo de manera que ya no es la piel la que se vierte sino lo que subyace más allá de ella.



Figura 491. Vestido esqueleto de Schiaparelli 1937.

Como puede verse en las imágenes posteriores este vestido esqueleto creado por Schiaparelli con la colaboración de Dalí en 1937 ha sido la inspiración para muchos

otros diseñadores. En 1998, el creador británico Alexander McQueen creó esta versión inspirándose en el vestido esqueleto de Schiaparelli.



Figura 492. Izquierda modelo de Schiaparelli 1937. Derecha creación de McQueen en 1998.

En el 2007, Samsonite Black Label lanza su colección de maletas con la colaboración Alexander McQueen. La colección también se inspiró en el famoso vestido esqueleto de Schiaparelli.



Figura 493. Colección de maletas Samsonite Black Label 2007.



Figura 494 Christian Lacroix también se dejó inspirar con esta pieza en su colección primavera-verano 2009 creó esta especie de moldes óseos para complementar sus piezas.

La marca británica Dsquared en su colección otoño-invierno 2010 realizó un homenaje a Schiaparelli creando este vestido esqueleto. También añadió a su colección unos zapatos con tacón en forma de esqueleto.





Figura 495. Vestido de la colección de Dsquared2 2010 inspiración Elsa Schiaparelli. Figura 496. Zapatos de la misma colección inspirados en el tema del esqueleto de Schiaparelli.



Figura 497. Otros diseñadores también se han inspirados en el famoso vestido de la italiana para hacer sus creaciones tenemos el caso en la izquierda de Iris Van Harpen en su colección del 2011 que a modo de escultura crea una especie de armadura con forma de esqueleto. A la derecha tenemos la muestra del vestido creado por Ida Andersson en 2010.



Figura 498. Piezas de la colección otoño-invierno 2011 de Jean Charles de Castelbajac.



Figura 499. Colección de pañuelos con estampación de esqueleto de Marc Jacobs.

Para muchos de sus contemporáneos esta pieza representó un ultraje al “buen gusto” y algunos de nuestros contemporáneos lo ven como una representación de lo siniestro en la moda, de la cercanía de ésta con la muerte, en la medida en que ambas son hermanas, hijas de la caducidad⁷⁸⁵.

La Gala del 2012 del Metropolitan Costume quiso rendir homenaje a dos de las más icónicas diseñadoras italianas: Elsa Schiaparelli y Miuccia Prada, haciendo un paralelismo entre ellas en una exposición llamada *Schiaparelli y Prada: Conversaciones Imposibles*.

Las dos diseñadoras que nunca coincidieron en el tiempo, tienen sin embargo muchos puntos convergentes en sus diseños. La exposición recoge lo más significativo de su aportación a la moda y las similitudes que existen entre ambas. Se rastrean las afinidades formales y estéticas de dos diseñadoras italianas que, en momentos separados, han entendido la moda como un vehículo para provocar y para cuestionar las actitudes políticas y culturales de su tiempo. Miuccia Prada, posee dos firmas, Prada y Miu Miu, es una de las máximas representaciones de la moda contemporánea y principales en el motor de tendencias del presente. Miuccia estudió ciencias políticas y es la nieta más joven de Mario Prada, fundador de la casa Prada. Ella y su esposo Patrizio Bertelli, tomaron el control de la empresa familiar Prada en 1978. Lanzó su primera línea en 1989 y siempre ha sabido alternar la austeridad de sus diseños con surrealistas dosis de humor e imaginación, fruto del intenso estudio y las relaciones entre el arte y la moda.

⁷⁸⁵ Para una ampliación de este asunto véase Steele, Valerie y Park, Jennifer., *Gothick Dark Glamour*, Nueva York, Yale University Press - Fashion Institute of Technology, 2008. Allí se refiere a este tema, trayendo a colación el célebre *Diálogo entre la moda y la muerte* de Giacomo Leopardi, escrito en 1842.



Figura 500. Comparativa visual, a la izquierda, capa de Schiaparelli, 1935. A la derecha diseño de Prada otoño-invierno 2002.



Figura 501. Comparativa visual de modelos de Elsa Schiaparelli 1933 y Prada 2007.



Figura 502. Comparativa visual, diseño de Schiaparelli 1933, diseño de Prada 2007.

Seguimos con las reinterpretaciones, como toda casa de modas, después de la noción instaurada por Poiret de que las fragancias llevan la esencia conceptual de la casa, de producir líneas de esencias narrativas que reflejaran las pretensiones visuales de sus colecciones, la *Maison* de Schiaparelli no se desprendió de dicha idea; y no fue únicamente Fini quien diseñara botellas de perfumes para ella, también lo hizo Dalí para *Le Roy Soleil*, la única fragancia cuyo nombre es una excepción al común denominador de empezar el nombre de sus perfumes con la letra “S”: *Shocking, Soucis, Salut, Schiap*.



Figura 503. Perfume S de Elsa Schiaparelli. Perfume Classique de Jean Paul Gaultier en 1990.

Al frasco de *Le Roy Soleil* puede considerársele una escultura por sí mismo, y una democratización del arte del maestro, que estuvo disponible para una mayoría que posiblemente no estaba en capacidad de sufragar los altos costos de un vestido de la diseñadora o de una obra del artista; pero sí de pagar por una parte de la serie.



Figura 504. Izquierda ilustración de Dalí perfume *Rey Soleil*. Derecha perfume *Rey Soleil* por Dalí 1945.

Es ahí donde el cuestionamiento a la supuesta extravagancia de Schiaparelli, que suele poner en entredicho el carácter comercial de sus creaciones, queda descartado, ya que como asegura Cecil Beaton en *El espejo de la moda* (2010), ella *inventó sus particulares formas de lo feo y conmovió saludablemente a mucha gente*, no porque lo que haya hecho deba ser catalogado en términos de feo o bonito, sino porque supo mostrarle al mundo otro modo de divertirse y comportarse, vehiculado a través de la ropa, recurriendo a una estética no asimilada, hasta entonces, por el convencionalismo burgués de la alta costura francesa. De esto da cuenta el hecho de que creaciones aparentemente poco usables como el sombrero con forma de zapato, fuera comprado por la tienda neoyorquina Jay Torpe y vendido por el distribuidor minoritario de calzado I. Millier, en su sección de sombrerería.

La existencia de referencias a la obra de otros artistas surrealistas en la producción de la casa de Schiaparelli, ha dado paso a la idea de unas propuestas sartoriales subsidiarias del arte, y una mirada ligera a este hecho puede generar imputaciones por suplantación de ideas; pero ahí se debe tener en cuenta que uno de los métodos del surrealismo para la creación fue la apropiación de las cosas a modo de objetos encontrados. No obstante, hubo casos en los que el trabajo de la diseñadora llegó a influenciar el de los artistas, contrariando el supuesto axioma de una moda que se alimenta parasitariamente del arte, sin establecer un mutuo intercambio. Se sabe que en 1934 hubo una serie de broches con forma de mano salidos de la esta casa y al parecer diseñados por la sueco-germana Meret Oppenheim, quien había llegado a París en 1932 colocándose como diseñadora de accesorios al contrato.



Figura 505. La imagen de la mano y su doble, es decir, el guante, ampliamente desplegada en la iconografía surrealista.

La salida de estos accesorios coincidió con la publicación de un ensayo en la revista *Minotaure* ilustrado con las fotografías de unas manos que evocaban la costumbre de llevar tallas de manitas a modo de amuleto, y con diferentes poses en los dedos a las que

se le adjudicaban distintos significados. Estas poses son bastante similares a las de otros broches con forma de mano emitidos por la casa, que luego serían incorporados a modo de *objeto encontrado*, por ejemplo, en el retrato de Dora Maar, tomado por Man Ray.



Figura 506. Retrato de Dora Maar por Man Ray 1936.

En consecuencia lo que vemos aquí es más un intercambio, un diálogo constante que hace difusa cualquier línea que separe a la moda de la producción artística, o mejor dicho, que desconozca en el vestido y en la lógica misma de la moda su potencial para ser convertido en materia de expresión.

El segundo tiene que ver con la pintura de Man Ray *Los buenos tiempos* (1939), que hace eco de la colección *A Modern Comedy* presentada en 1938, para la primavera de 1939 (dicho sea de paso, el año del estallido de la Segunda Guerra Mundial). El punto de partida de esta colección se remontaba a la *Commedia dell'arte*, acompañándose de colores vibrantes, máscaras, y abrigos que evocaban arlequines, entre ellos uno de rombos cosidos a manera de colcha de retazos que será replicado en *Los buenos tiempos*, nombre cargado de una de ironía equiparable a la que acompañaba al título de la colección *La comedia moderna*. La figura antropomórfica en el cuadro en lugar de

una cabeza trae un farol sobre cuya vela encendida cuelga un matacandelas cónico. Ésta figura será retomada por Schiaparelli al año siguiente al presentar su perfume *Sleeping*, para el que Marcel Vertès haría la ilustración del anuncio publicitario.



Figura 507. Izquierda ilustración realizada por Marcel Vertès del perfume *Sleeping*. Derecha perfume *Sleeping* de Schiaparelli 1940.

Visto en retrospectiva, el nombre y las características olfativas que se anunciaban en la publicidad de la fragancia sugieren el estado de sonambulismo⁷⁸⁶ en el cual se ha sumido la humanidad, cristalizado en la hecatombe bélica iniciada en 1914 y llevada al paroxismo desde 1939, embriagadora y prolongada, al igual que este perfume. De tal suerte que sus posibles implicaciones políticas y las de *La comedia moderna* no se deben desestimar, pese a su carácter tácito, ya que esta colección se presentó poco después de la traición de Francia y Gran Bretaña a Checoslovaquia con la firma del acuerdo de Múnich. Aquí la palabra “comedia” irónicamente refiere a tragedia, puesto que como en el surrealismo, nada es como parece. Con respecto a esto último, vale la pena mencionar el sistema de “actividad crítica paranoica” de Dalí, definido por él como un método espontáneo de conocimiento irracional basado en la asociación interpretativa-crítica de los fenómenos delirantes, que descubre nuevas y objetivas

⁷⁸⁶ Nos referimos a la idea de sonambulismo de la trilogía de Hermann Broch, *Los sonámbulos*. Un romanticismo caduco aferrado a viejos esquemas y en búsqueda de una gloria imperial que sirve de caldo de cultivo a la gran masacre de las guerras del siglo XX.

significancias en lo irracional; hace que el mundo del delirio pase de forma tangible al mundo de la realidad. Según el artista, *los fenómenos paranoicos son imágenes comunes que tienen una doble figuración*⁷⁸⁷. El asunto también fue tratado en uno de los abrigos de la colección del otoño de 1937. Se trata una prenda en jersey de seda color azul, que hoy por hoy se ha desteñido⁷⁸⁸ hasta quedar lavanda, el mismo fue bordado por la casa Lesage, réplica de un dibujo realizado por Jean Cocteau, amigo cercano de Schiaparelli, en el que aplicaba su extraordinaria habilidad para dibujar con una sola línea continua. En la parte posterior se ven dos caras de perfil; pero al centrar la mirada entre ambas puede verse un jarrón lleno de rosas, puesto a lo alto de una columna acanalada, cuyas líneas simulan a la vez los pliegues del abrigo.

⁷⁸⁷ Dalí, citado en Ades, Dawn., *El dada y el surrealismo*, Barcelona, Labor, 1975.

⁷⁸⁸ No sorprende que algunos de los vestidos de Schiaparelli, que otrora fueran completamente coloridos hayan cambiado de color o se hayan desteñido. Al parecer las técnicas de tintorería de su tiempo eran un tanto precarias, puesto que ya desde la misma época en que los trajes fueron creados se hablaba de su pérdida del color. ¿Por qué habría de mandar Diana Vreeland uno de estos trajes a la tintorería? Véase Beaton, Cecil., *El espejo de la moda*, Barcelona, Parsifal, 1990, pág. 196.



Figura 508. Abrigo realizado por Schiaparelli. Dibujo realizado por Jacques Cocteau. Colección otoño-invierno 1937.

La ilusión, el engaño a la vista haciéndole ver lo que no es, quedó magistralmente expresado en la intervención que hiciera Jean Dunand⁷⁸⁹ en 1931, a varias prendas de la primera colección Schiaparelli de Alta Costura; acudiendo a un efecto trampantojo, consigue hacer ver un vestido recto y llano como si estuviera cuidadosamente plisado, disponiendo en él luces y sombras que simulan elaborados pliegues, típicos de la estatuaria griega.

⁷⁸⁹ Escultor y diseñador de interiores francés.



Figura 509. Efecto del trampantojo 1931. Modelo Elsa Schiaparelli fotografiada por Man Ray.

El vestido-pintura igualmente sería retratado por Man Ray con la misma Elsa como modelo. La duplicidad de las imágenes, duplicidad por cuanto que lo que vemos en ellas no es más que una ilusión sugerida por una realidad de distinta naturaleza, que evoca ciertos aspectos del objeto aludido, fue ya demostrada por René Magritte, con el juego entre palabras e imágenes propuesto en la pintura *Esto no es una pipa* (1929). La imagen refleja evidente e inequívocamente la representación de una pipa, pero en cambio su leyenda, el texto asociado a la imagen, niega tal realidad aniquilándola con una afirmación contraria. Este juego, trasladado, a un objeto tridimensional que pone en cuestión la veracidad de la imagen más la del objeto mismo respecto de su función, fue hábilmente ejecutado en el envase y el contenedor de la fragancia masculina *Snuff*, lanzada en 1940.



Figura 510. Izquierda perfume *Snuff* lanzado por Schiaparelli en 1940. *Esto no es una pipa* de Magritte de 1929.

La botella luce como una pipa, sin embargo, no lo es en realidad, ya que se trata de un frasco de vidrio presentado en algo que parece una caja de tabaco pero que tampoco es lo que parece, pues es un empaque de perfume que luce como caja de tabaco.



Figura 511. Caja de presentación del perfume *Snuff* de Schiaparelli.

La idea sobre la función de ambos objetos evidentemente se ha alterado, de tal suerte que sólo entrando en contacto con ellos sabremos de qué se tratan. El collage fue otro de

medios con los que ya había experimentado el dadaísmo y artistas como Marx Ernst, usando viejos grabados, trozos sacados de revistas viejas y fotos. Consciente de su éxito y basándose en el procedimiento del collage, Schiaparelli tomó los comentarios de prensa emitidos sobre ella, en una babilónica mezcla de lenguas, los recortó y juntó creando su propio collage que luego convirtió en estampado para unas telas de algodón y seda que fueron empleadas en la confección de sombreros de playa, bolsos pequeños y pañoletas para dama y caballero. En 1935, el año en que salieron las prendas estampadas cual si fueran papel periódico, Cecil Beaton ilustró para el *Vogue* algunos accesorios de la diseñadora: abanicos de Rodophane, guantes de cabritilla y croché, cinturones con bolsos incluidos (algo así como las actuales riñoneras) pañoletas con cuentas gigantes bordadas, parasoles victorianos y dos de los sombreros de playa que lucían como hechos con periódico. No obstante, Beaton había cambiado las palabras que traían originalmente las prendas, reemplazándolas en la ilustración por otras alusivas a la contratación de Christian Bérard en *Vogue*, a la desertión de George Hoyningen-huene del *Harper's Bazaar*, y sobre todo transformando un retrato de Schiaparelli hasta dejarla como Hitler, acompañándolo de un mensaje antisemítico expresado en las palabras “sucios judíos”. En consecuencia, el editor ordenó hacerlas difusas en el grabado para evitar que fueran legibles. De esta anécdota llaman la atención dos cosas; de un lado, ¿cómo se explica que Beaton haya relacionado a Elsa con Hitler? cuando uno de los embustes que le persiguió en vida fue el de tener inclinaciones comunistas, y simpatizar con Stalin. Del otro, ¿por qué Beaton no habla de este impase en el libro que compendia la movida de las más altas esferas de la moda, en la cual vivió y de la que fue protagonista, es decir, en su *Espejo de la moda* (2010)? Dejando de lado lo anterior, como vemos la producción de la *Maison* Schiaparelli está completamente imbuida por la obra de un grupo numeroso de artistas, lo que la

convierte en una producción colectiva, como si de un gran collage de ideas se tratara, reuniendo varias de las reflexiones y los medios plásticos de los que se valió el surrealismo para mostrar su visión. El papel de Elsa Schiaparelli ha sido en parte desconocido por la historia del arte, en la medida en que de ella poco o nada se dice cuando se aborda el tema, como tampoco se dice sobre el desempeño de los artistas como diseñadores de textiles, de joyería, ilustradores, decoradores y en general sobre su relación con el mundo de la moda. Aún cuando no ha sido así, también en parte por su rol de directriz, es necesario tener en cuenta el papel tan crucial que desempeñó su casa como espacio de tránsito y divulgación de las formas del surrealismo, de esa estética a la que le era necesario difundirse, que siendo asimilada por unos pocos a través de la moda pudo ser compartida con otros. Ha sido tarea del historiador de moda recapitular los alcances de su carrera, no obstante, sorprende que tal labor haya sido un algo descuidada al dedicársele poca atención ante la prevaleciente popularidad de Chanel, su rival. Su amplia relación con el mundo, su importancia como personaje de orden global es evidente si se tiene en cuenta que para 1934, la misma revista *Time* la pusiera en su portada.



Figura 512. Portada de la revista TIME 1934.

Por fortuna, en la década de los setenta se sentaron las bases para un nuevo reconocimiento de la relación arte-moda, en la cual los vestidos pudieron entrar en el espacio del museo, no por su valor ancestral o por su capacidad de traer a la presencia a aquellos que alguna vez los habitaron, sino por su carácter plástico y expresivo, capaz de transmitir en el tiempo el carácter de una época. Fue así como: se reivindicó a Vionnet, un traje de Miyake pudo estar en la portada de *Artforum*, Yves Saint Laurent expuso su cercana conexión con la pintura, y Schiaparelli fue vista como personaje central en la asociación moda-surrealismo⁷⁹⁰.

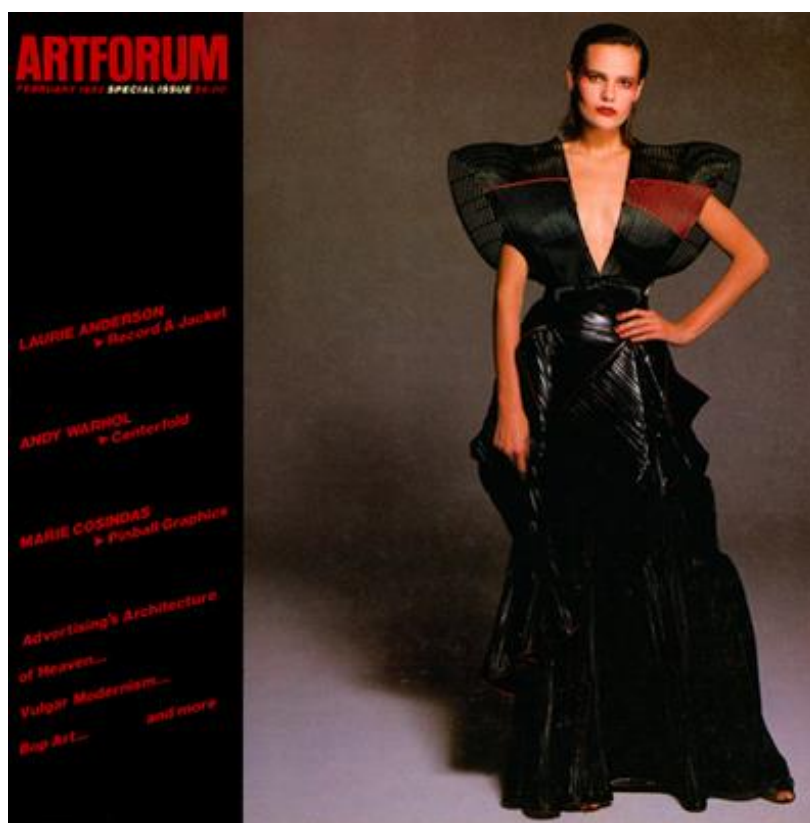


Figura 513. Portada de Artforum con diseños de Miyake.

⁷⁹⁰ A partir de la década de los setenta varios museos alrededor del mundo organizaron exposiciones dedicadas al trabajo de los diseñadores o la relación que une el arte con la moda. *Inventive clothes 1909-1939: The 10s, The 20s, The 30s* (1973); *Fashion and Surrealism*, (1987); *Addressing the century: 100 years of Art & Fashion* (1998), *Yves Saint Laurent Dialogue with Art* (2004); *Balmain Arquitecto de la moda* (2004); *Shocking! The Art and Fashion of Elsa Schiaparelli; Poiret: King of Fashion* (2007), entre otras. Igualmente en 1982, la revista *Artforum* puso en su portada uno de las piezas de Issey Miyake de su colección primavera-verano. Al respecto, recomiendo un texto escrito por la entonces editora de la revista: Sischy, Ingrid. *Behind the Scenes Recollection* en Frisa, Maria Luisa y Tonchi, Stefano. *Excess Fashion and Underground in the 80's*, Milán, Charta, 2004.

Su influencia pudo verse incluso entre diseñadores de su tiempo y del otro lado del Atlántico. En 1939, Metro Goldwyn Mayer lanzó su película *Mujeres*, dirigida por George Cukor, con un reparto estelarísimo y guión de Anita Loos, amiga de Schiaparelli. La trama tiene por escenario una casa de modas, y la película fue rodada en blanco y negro, excepto las tomas del magno desfile de modas, en el que los vestidos que se presentan indudablemente tienen una serio parecido con todo lo que hasta esa fecha se hubiera podido ver en la casa Schiaparelli: manos que hacen las veces de broches sobredimensionados, materiales transparentes y sintéticos en gorras y tocados, capas de hombros anchos, bordados pesados, colores estridentes, guantes con manijas, etc.



Figura 514. Escena de la película *Mujeres* de George Cukor 1939.

En ese entonces para cualquier diseñador de vestuario del Hollywood era de rigor asistir a las presentaciones de las colecciones parisinas, Adrian, el encargado de diseñar el vestuario de *Mujeres*, lo hacía, al igual que Travis Banton. De hecho, la oportunidad de Edith Head para engancharse como diseñadora en Paramount Pictures vino cuando ella tuvo que cubrir a su jefe (Banton) mientras viajaba a París a cumplir el compromiso. La apropiación de estas formas, teniendo en cuenta el contexto de la película, conduce a

pensar que incluso la popularidad de la casa Schiaparelli durante la década había contribuido a la constitución de un imaginario, entre los norteamericanos, respecto de las casas de Alta Costura, en el que *moda* equivalía a incongruencias y juegos con lo absurdo, al más legítimo modo surrealista. El legado de Schiaparelli sigue teniendo injerencia aún hoy (muchos años después de su muerte, en 1973) en el diseño contemporáneo; John Galiano se ha dejado seducir por la idea de estampar prendas a modo de recortes de prensa que hablan de su popularidad, como los collages hechos con los recortes de la prensa suiza, alemana, francesa y anglo, que realizó Schiaparelli para su colección de 1935, con la que celebraba la apertura del salón de la Place Vendôme. Para el diseñador de vestuario James Achenson el sombrero con forma de zapato resultó propicio para el personaje de Ida Lowry en la película *Brazil*. La influencia es evidente en el frasco de la fragancia femenina *Jean Paul Gaultier*, heredero de la forma del envase de *Shocking!*, un cuerpo femenino al que la firma le cambia su vestido al ritmo de las colecciones. Además le ha sacado su contrapartida masculina. Y al igual que en la década de los treinta el trabajo en colectivo sigue en pie; así como Elsa y Man Ray lo hicieran, Gaultier se unió a sus compatriotas Pierre y Gilles para crear la imagen que lanzaría su perfume masculino en 1996, cargada con una dosis de Gaultier, un poco de Schiaparelli y mucho de la afectación que caracteriza a las azucaradas fotografías kitsch de Pierre y Gilles. Pero no son sólo ellos quienes han trabajado colectivamente en el mundo de la moda, y los que aquí se citan son sólo unos ejemplos extremadamente pocos: Keith Haring⁷⁹¹ intervino prendas de Vivienne Westwood (1894-1985), vistió con sus graffías el cuerpo de Grace Jones y Robert Mapplethorpe lo captó.

⁷⁹¹ Fue un artista y activista social cuyo trabajo refleja el espíritu de la generación pop y la cultura callejera de la Nueva York de los años 1980.

Issey Miyake, Yasumasa Morimura y Nobuyoshi Araki (1996-97) han trabajado juntos; Takashi Murakami⁷⁹² hizo de Louis Vuitton algo más colorido y juvenil (hacia 2006), mientras la tienda principal en París fue convertida en toda una experiencia sensorial equiparable a una gran instalación.

Recientemente Damien Hirst interviene prendas de Levi's, aduciéndose que por más de un siglo, artistas en todo el mundo han adoptado a los originales jeans *Levi's® 501®* como su uniforme favorito.

De Damien Hirst a Jackson Pollock, Andy Warhol y Jean Michel Basquiat, entre innumerables artistas, cada uno de estos espíritus creadores usaron los originales jeans *Levi's® 501®* como un “lienzo en blanco” para su expresión personal e individualidad”.

La prensa se pregunta si el “arte se ha banalizado o si la cultura popular se ha sacralizado”. Nos encontramos ante una amistad de vieja data y este último caso sólo muestra la cercanía de una unión que se resiste a las escisiones de alta cultura y cultura popular y que reconoce que entre ambas el deseo de mantenerse firmemente diferenciables es toda una utopía, irrealizable en una era obstinada con el intercambio de las mercancías. En este capítulo del surrealismo nos hemos centrado en la figura de Dalí como artista y Schiaparelli como diseñadora, se ha hablado sobre su fusión, pero en este período, el surrealismo, ha sido tratado también por otros artistas y diseñadores. Expondremos pues un corpus documental donde pueden apreciarse muchas de las fusiones y diálogos que se han dado teniendo como referente obras surrealistas.

⁷⁹² Es conocido como el Andy Warhol japonés porque ambos consiguieron convertir el arte en mercancía y atraer a la cultura de masas, hecho que le ha valido que algunos vean en su arte un simple negocio. Y es que Murakami interrelaciona el arte elevado y la cultura popular y defiende que el arte es parte de la economía. Él lo justifica diciendo: «Los japoneses aceptan que se mezclen arte y comercio; de hecho, se sorprenden de la rígida y pretenciosa jerarquía del "gran arte"»

4.8.1.2. AGATHA RUIZ DE LA PRADA & DALÍ

Se presenta pues el caso de la diseñadora Agatha Ruiz de la Prada, madrileña de nacimiento, estudió en la Escuela de Artes y Técnicas de la Moda de Barcelona. A los 20 años comenzó a trabajar como ayudante en el estudio madrileño del modisto Pepe Rubio. Un año después presenta su primera colección en el centro de diseño local de Madrid y desde entonces ha desfilado en las capitales internacionales de la moda: París, Milán, Berlín, Florencia, Madrid y Barcelona. En el 2009 en la pasarela de Milán presentó su particular homenaje a Dalí, los símbolos del artista se vieron repartidos por toda la pasarela. Un paseo muy colorido donde no faltaron sus vestidos jaula, paraguas, sus iconos que dieron rienda suelta a la imaginación del público.



Figura 515. Diseños de la colección otoño-invierno 2009 de Agatha Ruiz de la Prada.



Figura 516. Composición visual de varios diseños de Agatha Ruiz de la Prada colección otoño-invierno 2009 inspirada con elementos dalianos .Comparativa visual de Jirafa ardiendo de Salvador Dalí y diseño vestido de cajones de Ruiz de la Prada 2009.

Otros modelos de Agatha de la colección otoño-invierno 2009/2010, piezas con estampados inspirados en brochazos de Jackson Pollock, composiciones de Vasarely, geometría de Piet Mondrian y escandalosos puntos de Yayoi Kusama.



Figura 517. Diseños de la colección otoño-invierno de Agatha Ruiz de la Prada 2009.

4.8.1.3. FRANCIS MONTESINOS & DALÍ

Pasamos ahora al diseñador valenciano, uno de los grandes de la moda española, Francis Montesinos. En el XX aniversario de la muerte del artista, Montesinos quiso homenajear a Salvador Dalí, con una colección de otoño-invierno (2009) plagada de referencias al artista español exponente del surrealismo. El vestido que abría el desfile, uno de los que más expectación ha generado en esta segunda jornada de la *Cibeles Madrid Fashion Week*, ya anunciaba un gran espectáculo visual: una creación elaborada enteramente con plumas de color hueso, que consiguió arrancar sonoros aplausos del público.

El modisto se ha recreado en el homenaje a Dalí y a su musa, Gala, con largos vestidos de fiesta en gasa y terciopelo, estampados con famosos cuadros y referencias al pintor catalán: elefantes, ocas, moscas y toda suerte de imágenes surrealistas relacionadas con su obra. Capas y capas de tejido, que se recogen en voluminosos volantes y plisados de corte asimétrico, y caen sobre la cadera dejando la espalda al aire.



Figura 518. Vestido inaugural de la colección otoño-invierno 2009 de Francis Montesinos.

A continuación, el larguísimo vestido de terciopelo que reedita el sofá-labios de Mae West. El sofá *Labios* fue diseñado para el cuadro *Cara de Mae West que puede utilizarse como apartamento surrealista* en el que se veía una escenografía en la que la chimenea era la nariz de la actriz y los ojos eran dos cuadros situados a ambos lados del fuego. En vida del pintor se fabricaron cinco sofás, en los que Dalí siempre insistió para que tuvieran el satinado “más brillante posible” para poder asemejarse a los labios de la artista. El sofá original estaba fabricado en madera y satén, y existen varias copias aún en exposición, una de ellas en el Museo Dalí de Figueras para aquel que quiera acercarse a conocer de cerca la obra del pintor. Este sofá se encuentra en una escenografía en la que se reproduce la cara de Mae West por lo que es muy interesante para comprobar cómo se aplicaban los principios del surrealismo a la decoración.



Figura 519. *Retrato de Mae West que puede utilizarse como apartamento surrealista*. Figura 520. A finales de los años setenta, Dalí, con ayuda del arquitecto español Óscar Tusquets, reprodujo el apartamento en tres dimensiones en el Museo Dalí de Figueras.



Figura 521. Izquierda vestido de la colección *El divino* de Francis Montesinos 2009, inspirado en la obra de Dalí Mae West. Figura 522. Derecha bocetos de *El divino* de Francis Montesinos.



Figura 523. Vestido de la colección *El divino* de Francis Montesinos. Figura 524 portada *Vogue Human Alienation* de 1944. Figura 525. Lady Gaga con tocado inspirado en la obra de *Human Alienation*.



Figura 526. Comparativa visual. Vestido de la colección *El divino* de Francis Montesinos 2009. *La tentación de San Antonio* de Dalí (1946).



Figura 527. Comparativa visual. Vestido de la colección *El divino* de Francis Montesinos 2009. *Sueño causado por el vuelo de una abeja alrededor de una granada un segundo antes de despertar* de Dalí (1944).

A Dalí no solamente se le rinden homenajes desde nuestras fronteras, la firma americana de alta lencería Victoria Secret quiso rendir homenaje en su desfile al genio surrealista, vistiendo a una de sus ángeles, la super modelo Miranda Kerr, con un conjunto lencero y algunos iconos surrealistas dalianos.



Figura 528. Adriana Lima con lencería de Victoria Secret y elementos decorativos que evocan al genio catalán.

El sentido del humor de Alber Elbaz condujo a Lanvin en 2013 hacia la estela surrealista, un arte para el que se necesita mucha ironía, como la de sus gigantescos colgantes con mensajes.



Figura 529. Collares de Lanvin 2013.

En los diseños, los estampados de insectos tan típicos de Dalí inundan las prendas de Lanvin dándoles un toque único e irrepetible.

El excéntrico Dalí, parece, dominó todos los lenguajes del arte para explorar, y explotar, las posibilidades de su discurso artístico. Sus etapas como pintor, escultor, grabador o dibujante son bien conocidas en el universo del arte, lo mismo su incursión en el teatro, el cine y la literatura. Pero a Dalí también le interesaba la orfebrería, y no podía ser de otro modo, pues una joya completaba la personalidad acaparadora y luminosa de uno de los más grandes artistas del siglo pasado. Esta faceta de Dalí ha servido de inspiración para algunas marcas de moda, quienes reinterpretando los distintos símbolos e iconos del genio han realizado su obra. Es el caso del diseñador malagueño David Delfin, Bimba y Lola, Givenchy y Apologie.



Figura 530. Diseño de David Delfin. 531. Collar de Bimba y Lola.



Figura 532. Diseño de Givenchy. Figura 533. Zapatos de Apologie. Figura 534. Joyería de Delfina Delettrez.



Figura 535. Diseño de Manolo Blahnik.

4.8.1.4. DELFINA DELETTREZ & DALÍ

Mención especial merece la diseñadora francesa Delfina Deleltrez, para muchos, la precursora de la reciente hornada de diseñadores denominados *Los nuevos surrealistas*. *No hay límites para la creatividad. Te libera de tus miedos siguiendo y representando la parte más íntima de ti, siguiendo tus sueños. Te abre al descubrimiento de nuevas realidades. Mundos donde la palabra 'lógica' no existe. Es la expresión más elevada del espíritu*, explicaba la joven diseñadora hace poco en una entrevista en *Vogue*⁷⁹³.

Hija de Silvia Fendi y quien ha logrado entrar por la puerta grande al mundo de la moda y el lujo. De ahí que su haya logrado crear una exquisita colección de joyas siguiendo el paso de su padre, el joyero francés Bernard Deleltrez. El logotipo de su firma, la luna acompañada de cinco estrellas fue creado por Karl Lagerfeld en honor a su padre en los años ochenta y Delfina lo ha hecho suyo en su honor. Tras el éxito de su primera colección *Colette* presentada hace dos años, presentó recientemente en Opening Ceremony⁷⁹⁴ la continuación lógica de su obra, plagada de referencias al surrealismo de Dalí. Las calaveras, ojos y arañas, están presentes en su obra, orgánica y fascinante. El cuerpo humano es su inspiración, no en vano, la colección se llama *Anatomik*. Karl Lagerfeld ha quedado prendado de su obra.

Deleltrez confiesa ser amante de los artistas Elsa Schiaparelli y Salvador Dalí, combina en sus joyas diversas fuentes de inspiración como la arquitectura, el arte surrealista y el gótico, la anatomía del cuerpo humano y la naturaleza, haciendo de cada pieza una obra de arte única.

⁷⁹³ Verónica Ramón. Delfina Deleltrez, la joyera surrealista. www.vogue.es.

⁷⁹⁴ A comienzos del siglo XXI– Opening Ceremony (OC) era un espacio en el que confluían la pasión por los viajes, el arte y la moda de sus dos creadores, Carol Lim y Humberto Leon. Y lo que nació como una tienda en el centro de Nueva York destinada a vender diseños de jóvenes creadores y creadores estadounidenses pronto pasó a ser una empresa de moda global con sedes en la Gran Manzana, Londres, Los Ángeles y Tokio. Tal ha sido la expansión que en poco más de una década, OC ya cuenta con una línea de ropa para el hogar, un canal de televisión y una revista, entre otras cosas



Figura 536. Diseños de la colección *Anatomik* de Delfina Delettrez

4.8.2. JOAN MIRÓ

La primera aproximación del gran pintor catalán al mundo de la moda se produjo en 1926, en los albores de su carrera, cuando su obra comenzó a despuntar pero no alcanzaba todavía el reconocimiento mundial que conseguiría años después⁷⁹⁵.

Miró acababa de establecerse en un nuevo taller en París, ciudad epicentro del arte en aquella época, a la que se había mudado desde su Barcelona natal. Con su vecino, el artista alemán Max Ernst, recibió el encargo de realizar el vestuario y los decorados del Ballet *Romeo and Juliet* para los Ballets Rusos de Diáguilev, que destacaban en la Europa cultural de principios de siglo.

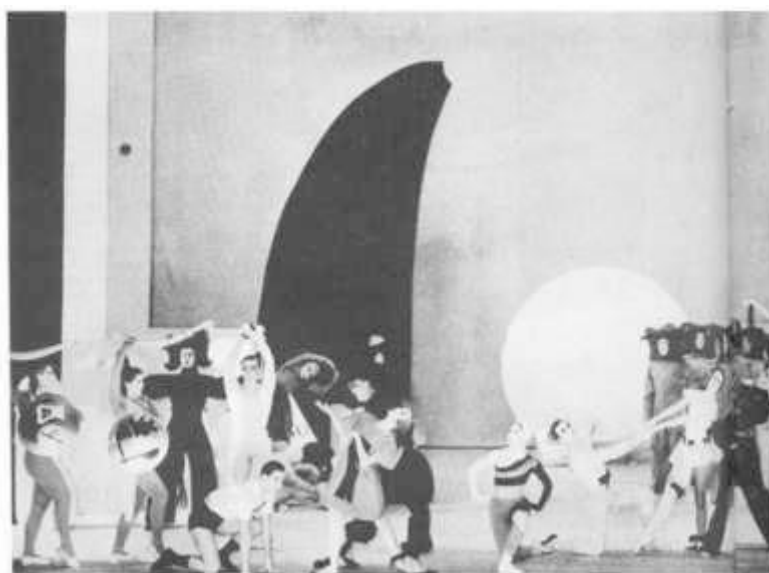


Figura 537. Escena del ballet *Romeo and Juliet* de 1926.

Una década después, de regreso en España, realizó el telón, la escenografía y el vestuario del Ballet *Jeux d'Enfants*, producido por los Ballets Rusos de Montecarlo, según la biografía del pintor publicada por la Fundación Miró⁷⁹⁶.

⁷⁹⁵ Ana Murgueza. Miró y la Moda. Artículo publicado en revista mujer.

⁷⁹⁶ Está ubicada en la ciudad de Barcelona y posee algunas de las obras más representativas de este pintor español. Contiene más de 10.000 piezas entre pinturas, esculturas, tapices, dibujos y bocetos.

Considerado como uno de los máximos exponentes del movimiento surrealista, aunque él mismo se veía un poco “rara avis” en esta corriente artística que giraba en torno al subconsciente y el mundo de los sueños, Joan Miró no tuvo tanta relación con la moda como otros coetáneos suyos, como Dalí.

Gracias a Schiaparelli, las mujeres norteamericanas de los años treinta comenzaron a lucir vestidos estampados con motivos de Salvador Dalí, Max Ernst o el propio Joan Miró (de su obra *Perro ladrando a la luz de la luna*, 1926). Esta diseñadora de moda italiana creó para el mercado estadounidense una línea de telas de algodón y seda estampadas con dibujos y motivos de inspiración surrealista. Años después, en los cincuenta, Miró participó en una colección presentada por la Modern Master Prints, en la que puede verse reproducida, entre otras, su obra *Mujer y Pájaros* (1940), según cuenta la historiadora española Virginia Seguí⁷⁹⁷.



Figura 538. *Mujer y Pájaros* de Joan Miró 1940.

⁷⁹⁷ Licenciada en Geografía e Historia por la Universidad Complutense de Madrid, especializada en la rama de Arte, hizo los cursos de Doctorado en la Sección de Arte Contemporáneo. Sus temas de trabajo se centran en temas de mujer, arte y Literatura.

La vinculación de Miró con la moda no se circunscribe al diseño de vestuario para ballet o a apariciones puntuales en diseños textiles. En 1938, el artista español participó en la Exposición Internacional del Surrealismo, en la que se invitó a dieciséis artistas a vestir a otros tantos maniquíes de grandes almacenes. La muestra, que se celebró en la Galería Wildenstein de París, supuso la consagración de ese movimiento artístico en la ciudad que lo vio nacer. El maniquí diseñado por Miró lució un bigote masculino y aparecía envuelto por una maraña de alambres. Un nuevo ejemplo de la fusión de arte y moda en el que participó activamente el pintor catalán.



Figura 539. Maniquí realizado por Miró para la Exposición Universal del Surrealismo 1938.

Una nueva incursión de Miró en el mundo de la moda se produjo varias décadas después, a finales de los setenta, cuando recibió el encargo de hacer la portada de la revista *Vogue*.



Figura 540. Portada de *Vogue* 1960.

Esta publicación, considerada la “biblia” del mundo fashion, además de informar sobre moda se convirtió en testimonio gráfico de los movimientos artísticos del siglo XX. Por sus portadas pasaron grandes fotógrafos, escultores y genios de la pintura, como Dalí (diseñó cuatro portadas), Andy Warhol o el propio Miró, que realizó su cuadro-portada para la edición de diciembre de 1979 de *Vogue* París. Unos años antes, en 1974, el artista diseñó la tapa del catálogo de la exposición en Madrid dedicada a Balenciaga, el gran diseñador de moda español.

El surrealismo tuvo una gran influencia en la estética del siglo XX. Dejó una profunda huella en el mundo del diseño, la moda incluida. La obra de artistas como Dalí, Ernst,

Miró, Tanguy o Magritte impactó en grandes diseñadores de moda como Yves Saint Laurent o, como comentamos antes, Chanel y Schiaparelli.

Me es difícil hablar de mi pintura, pues ella ha nacido siempre en un estado de alucinación, provocado por un shock cualquiera, objetivo o subjetivo, y del cual soy enteramente irresponsable, declaraba Joan Miró⁷⁹⁸.

4.8.2.1. JEAN PUAL GUALTIER & JOAN MIRÓ

Su lenguaje pictórico repleto de sueños en vivos colores e imágenes abstractas y simples, casi infantiles, ha sido fuente de inspiración para no pocos creadores hasta nuestros días⁷⁹⁹. Jean Paul Gaultier, siempre a la vanguardia, diseñó un maravilloso vestido de noche con tul de seda inspirado en el óleo del artista *Les Fleurs du Mal* (1969). Lo bautizó como *Miró* (Véase en muestreo, ejemplo nº 6 página 935).

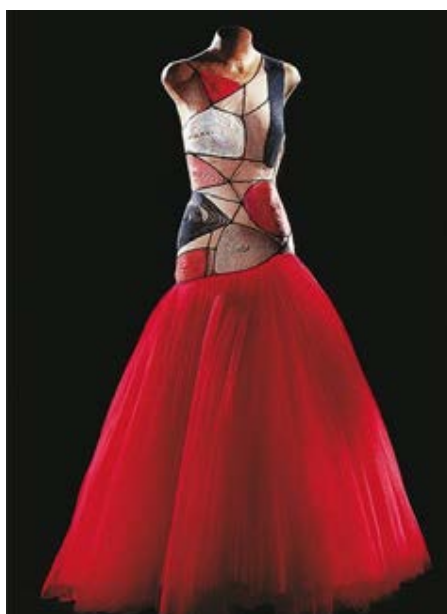


Figura 541. Diseño de Jean Paul Gaultier inspirado en Miró.

⁷⁹⁸ Ana Murgueza. Miró y la Moda. Artículo publicado en revista mujer.

⁷⁹⁹ *Ibidem*.

4.8.2.2. LIU XING & JOAN MIRÓ

El espectáculo de la colección primavera-verano del 2010 del diseñador chino Liu Xing se convirtió en una especie de concurso de pintura en homenaje a Miró. La moda en China siempre se ha reconocido por ser sumamente colorida, divertida e ingeniosa⁸⁰⁰. De hecho en todo oriente la gente se reconoce por atreverse a usar su creatividad para lucir lo más auténticos posible.

Los cuadros de Miró se caracterizan por tener una gama de colores primarios, también por usar símbolos infantiles, como estrellas de palitos. Todos los objetos se vuelven abstractos, así el cielo es representado por círculos, líneas y demás formas geométricas. Los vestidos de la colección de Liu Xing tienen esos símbolos, algunos con textura y volumen, otros nada más en el estampado. Es una colección hecha para niños y adultos.



Figura 542. Diseños de Liu Xing colección primavera-colección 2010.

⁸⁰⁰ Artículo. La colorida Mosa de China y Miró. Publicado en <http://www2.esmas.com/moda/noticias/219585/moda-china/>

La marca mexicana Taika también rindió homenaje a Miró con sus estampaciones para su colección primavera-verano 2010.



Figura 543. Los colores vibrantes y líneas sencillas de Miró fueron inspiración para colección primavera-verano 2010 de la marca Taika.

4.8. 2.3. DIOR & JOAN MIRÓ

La Alta Costura de Dior para invierno del año 2011 recordó los cuadros de Miró, bloques de colores primarios, juegos de texturas y geometrías son los elementos protagonistas de este homenaje.



Figura 544. Dior Alta Costura otoño-invierno 2011-2012.

4.7.2.4. MICHAEL VAN DER HAM & JOAN MIRÓ

El holandés Michel van der Ham se inspiró en el catalán para crear una colección llena de estampados y colorido para la primavera-verano 2013.



Figura 545. Joan Miró y el fotógrafo de Malí Malick Sidibé fueron la inspiración para la colección primavera-verano 2013 de Michael Van Der Ham.

4.8.2.5 PHOEBE PHILO & JOAN MIRÓ

Más recientemente, Phoebe Philo, alma mater de Céline, pintó todas sus prendas para el verano 2014 con brochazos en colores primarios al estilo Miró. Es una muestra de que el matrimonio arte surrealista-moda perdura en el tiempo y podemos encontrar ejemplos sobre las pasarelas cada temporada⁸⁰¹.



Figura 546. Diseños de Céline colección 2014.

⁸⁰¹ Murgueza, Ana. Miró y la Moda. Artículo publicado en revista mujer.

4.8.3. RENÉ MAGRITTE

Otro de los artistas más imitados desde la Alta Costura y el mundo de la moda ha sido el pintor surrealista René Magritte, creador de las célebres pinturas *Esta no es una pipa* o *Sherezade*. En sus inicios en Bruselas se dedicó a crear pósters de publicidad para una firma de Alta Costura. Sin duda alguna, uno de los mayores artistas gráficos del siglo XX⁸⁰².

Desde temprana edad se dedicó a estudiar dibujo y pintura, su padre era sastre. En 1924 se acercaría de manera fortuita al oficio de su padre. Al trabajar en la creación y diseño de pósters promocionales para una firma belga de Alta Costura llamada *Norine*, que era propiedad de Honorine Deschrijver y su esposo Paul Gustave Van Hecke, que era dueño también de una galería y canjeó al joven Magritte algunos de los pósters por la exhibición y venta de su obra⁸⁰³. *Norine* era reconocida no sólo como una de las primeras firmas de Alta Costura en Bélgica, sino como una firma vanguardista y moderna por sus diseños.

Los pósters creados por Magritte están dibujados en estilo de *art déco*, aunque el pintor en esa época experimentaba ya con el cubismo, el futurismo y otras de las vanguardias en boga en Europa. En 1927 Magritte se hizo cargo de diseñar y dibujar el catálogo de abrigos de *Norine* utilizando ya un estilo más personal a su interpretación surrealista de la realidad.

⁸⁰² Enrique Vázquez, Armando. René Magritte y su incursión en la moda y en la publicidad. <http://thepointmx.com/www/2015/06/22/rene-magritte-y-su-incursion-en-la-moda-y-la-publicidad/#sthash.FDBVSuGK.dpbs>

⁸⁰³ *Ibidem*.



Figura 547. Ilustraciones realizadas por Magritte.

Magritte siempre se caracterizó por ser un gran sintetizador de ideas, a lo largo de su obra hay una serie de formas que se repiten y permanecen constantes como los hombres con chistera, las pipas, las nubes, las manzanas... Se podría decir que lo pintado por Magritte nunca es una simple reproducción de un fenómeno que busca sustituir la realidad, sus cuadros invitan al espectador a reflexionar, sacándolos de la comodidad y seguridad de sus vidas diarias.

4.8.3.1. DIOR & MAGRITTE

La obra de Magritte ha sido una clara influencia para el mundo de la moda, una vez más ha sido elegida como inspiración para la colección primavera-verano 2013 del diseñador belga Raf Simons, nuevo Director Creativo de la casa Dior y su primera campaña ha sido muy esperada por los medios; de hecho, el giro a nivel creativo ha sido tan drástico que el público ha quedado un poco descolocado⁸⁰⁴.

⁸⁰⁴ Referencia a blog personal. nanananitatadotcom.wordpress.com/2013/04/

Aunque ante la prensa el diseñador belga ha negado querer dar un toque minimalista a Dior, salta a la vista un cierto aire depurado en una puesta en escena surrealista que nos transporta al universo del pintor René Magritte. También de origen belga ha sido el fotógrafo encargado de realizar la campaña, Willy Vanderperre.



Figuras 548 y 549. Diseños de la colección primavera-verano 2013.

René Magritte para crear una de sus campañas del 2015, *Dior Homme x René Magritte*, toma de ejemplo varias obras del artista belga.

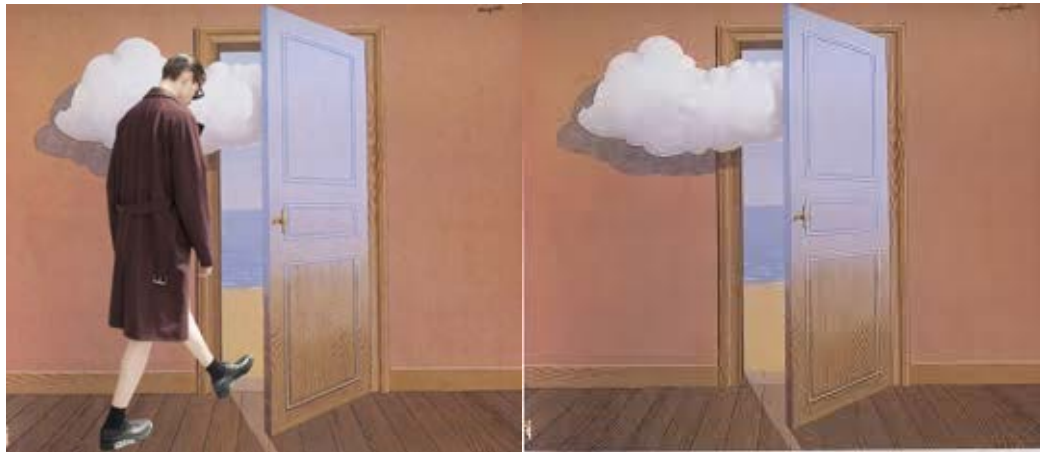


Figura 550. Campaña publicitaria de *Dior Homme* 2015. *The victory* de René Magritte 1939.



Figura 551. Campaña publicitaria de *Dior Homme* 2015. *El hijo del hombre* de René Magritte 1964.

4.8.3.2. KENZO & MAGRITTE

Como se ha podido ver, el surrealismo se mantiene aún entre las tendencias más inspiradoras de la moda. Schaparelli fue una de las precursoras, junto a sus asociaciones con artistas como Dalí y Man Ray, Kenzo retomó la temática con su ropa en su publicidad del 2013, Prada y hasta la fallecida L'Wren Scott también se abocaron a ello.



Figura 552. Campaña de Kenzo colección otoño-invierno 2013. Ojos de papel, perros disfrazados de tigre, insectos, uñas de mujer... La actriz japonesa Rinko Kikuchi y el modelo norteamericano Sean O'Pry son retratados en esta sesión fotográfica.

4.8.3.3. CAROL LIM Y HUMBERTO LEÓN & MAGRITTE

Los chicos de Open Ceremony en la edición del 2014 decidieron lanzar una colección cápsula hombre y mujer para homenajear el 50 aniversario de la muerte de uno de los nombres claves del surrealismo: René Magritte. El pintor belga, famoso también en el cine gracias a su obra aparecida en el remake de *The Thomas Crown Affair* (1999), es ahora el que a través de su obra estampa polerones, vestidos y hasta zapatillas. Opening

Ceremony, la marca de Carol Lim y Humberto León, se encargó de lanzar hace poco una colección completamente llena de surrealismo gracias a obras como *The Lovers*, *Sherezade*, *The King's museum* o *The son of man*, una de las más populares del artista.



Figura 553. *The Lovers* (Los amantes) de René Magritte 1928. Diseño de Lim y León 2014.



Figura 554. *The King's museum* de René Magritte 1966. Diseño de Lim y León 2014.



Figura 555. *Sherezade* de René Magritte 1947. Diseño de Lim y León 2014.



Figura 556. Vestido de Lim y León 2014 inspirado en *Sherezade* de Magritte 1947. Figura 557. Zapatos de Manolo Blanihk inspirados en la misma obra de Magritte.

Para dar forma a la línea del calzado de su proyecto, Carol Lim y Humberto Leon han recurrido al talento de las firmas Manolo Blahnik, Vans y Birkenstock. Una colección llena de poesía y de sentido del humor con doce de las obras más emblemáticas del artista belga transformadas en vestidos, pantalones, faldas, chaquetas, zapatillas y sandalias⁸⁰⁵. También el argentino Fernando Marelli se inspiró en el artista surrealista para hacer unas editoriales de moda.



Figura 558. Fotografías de Fernando Marelli.

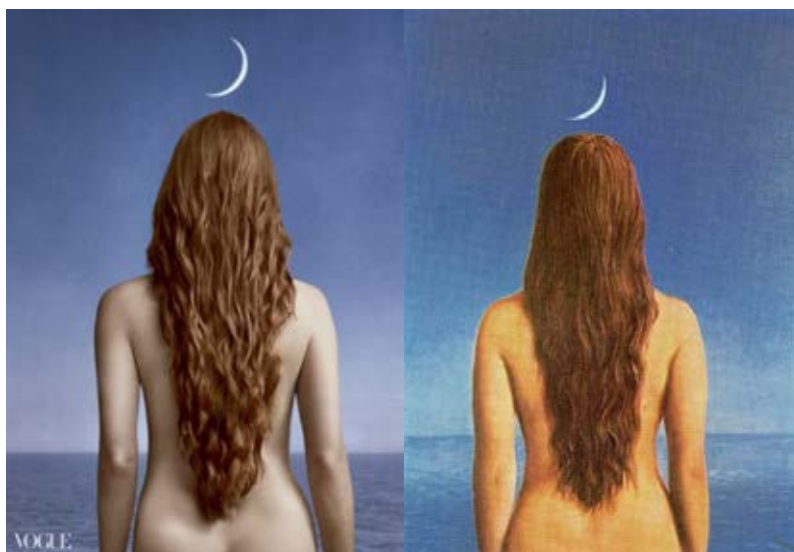


Figura 559. Portada de *Vogue* inspirada en la obra *La robe du soir* de René Magritte 1955.

⁸⁰⁵ *Open Ceremony Magritte, esto no es una colección.* <http://www.brunchmag.com/articulo/open-ceremony-magritte-esto-no-es-una-coleccion.html>

4.8.4. FRIDA KAHLO

*En todas las reuniones a las que asisto, y en cualquier parte que estoy, el centro de atención soy yo: con mis hermosos trajes bordados de los indígenas, con mis tocados de flores e inválida*⁸⁰⁶.

Frida era una artista que amaba el color, amaba la ropa y amaba adornarse. Su espíritu rebelde la impulsaba a vestirse de una forma totalmente personal, desafiando la moda y costumbres de su época, buscando la provocación, y con ello, ser el centro de atención allá donde iba.

A finales de la década de 1930, las mujeres que vestían a la moda usaban vestidos entallados y el cabello perfectamente peinado, pero no Frida Kahlo, ella iba a las cenas y a los teatros de París o Nueva York con moños, faldas y blusas indígenas holgadas, sus accesorios femeninos en contacto con sus raíces, los bordados floreados de sus vestidos de Oaxaca y Chiapas y sus cejas pobladas, unidas a la mitad de la frente.

Frida Kahlo continúa siendo moda, aunque hayan pasado más de 60 años de su muerte⁸⁰⁷, su arte y su particular visión de la moda siguen siendo influencia para los grandes⁸⁰⁸. Tanto es así que ha sido portada en dos ocasiones de la revista *Vogue*.

⁸⁰⁶ Karin Wachttendorff. Los colores de Frida. Publicada en *entretanto* magazine. 2013.

⁸⁰⁷ Artículo Cultura, Frida Kahlo y la Moda en <http://www.ecos-online.de/solo-online/ampliaciones/ampliaciones-cultura-frida-kahlo-y-la-moda>

⁸⁰⁸ Otero Brenda. El armario perdido de Frida Kahlo sale de su escondite. *El País*. 2015.



Figura 560. *Vogue* París, Nick Murray 1939. *Vogue* México, Michael Filonow 2012.

En el primer autorretrato que realizó Frida Kahlo con diecinueve años ya demostraba lo importante que era para ella la moda. Lleva un traje de terciopelo con gran escote, muy atrevido para la época; Es un regalo para su primer amor y amigo Alex. Frida construyó su identidad a partir de la moda, desde hace años diseñadores europeos y estadounidenses se han inspirado en el vestir de la artista mexicana. Su particular visión y colorismo ha sido en varios casos el punto de partida para captar el interés de la moda contemporánea. Así también nació la idea de realizar una exposición cuyo *leiv motiv* era una de las más célebres frases de la pintora: *Las apariencias engañan* en el museo que lleva su nombre⁸⁰⁹.

Esta muestra fue inaugurada hace varios años en Ciudad de México, buscando explicar hasta qué punto Frida se convertía en un objeto de deseo ocultando sus imperfecciones físicas tras la ropa y complementos. En *Las apariencias engañan* se presentó por primera vez toda la colección de su guardarropa, después de permanecer guardada en una bodega por casi 50 años. Abrir el armario de Frida Kahlo fue imposible hasta 2004.

⁸⁰⁹ Artículo redacción *vogue* México *Las apariencias engañan*. Mayo 2013. <http://www.vogue.mx/especiales/frida-kahlo/articulos/las-apariencias-enganan/1659>

Su marido, Diego Rivera, no permitió el acceso. En el baño de la recámara de Frida había 300 prendas, sus corsés, medicamentos, joyas...etc.

Entre los hallazgos más curiosos de esta colección se encontró, un arete que le regaló Picasso, gafas de sol, perfumes, esmalte de uñas, polveras (hay una en la que ella misma pintó un cigarrillo)... Sorprende también el hecho de ver muchos zurcidos, refuerzos y arreglos hechos por ella misma⁸¹⁰. Así como intervenciones artísticas en tejidos y zapatos. Frida Kahlo encargaba algodones españoles y sedas francesas y a veces ella misma las diseñaba o bordaba. También desvela el restaurador de sus vestidos, Renato Camarillo Duque, que se han conservado intactas las manchas de óleo de algunas prendas puesto que no usaba mandil para pintar. Su armario estaba compuesto por prendas de calidad: sedas, tafetanes, terciopelos, orfebrería muy cara....También se pueden ver tres corsés artísticos, uno de ellos diseñado por Jean Paul Gaultier.



Figura 561. Corsé diseñado por Jean Paul Gaultier.

⁸¹⁰ Referencia a Frida Vs Moda. Blog propio: nanananitadotcom.wordpress.com/2013/04/07/frida-vs-moda/

Además se han expuesto tres vestidos de Ricardo Tisci para la colección de otoño-invierno 2010 de Givenchy inspirados en la vida e imagen de Frida.



Figura 562. Diseños de Tisci para Givenchy 2010.

Vemos que Frida es una influencia en la moda contemporánea, ya lo fue para grandes diseñadores como Schiaparelli, quién dedicó un vestido a Frida (*Robe madame Rivera*). A lo largo de los años, el estilo de Kahlo se ha vuelto tan influyente como su arte: los diseñadores de moda (Alexander McQueen, Rei Kawakubo de *Comme des Garçons*, Viktor & Rolf, Raffaella Curiel, Moschino, entre otros) han sido cautivados por Kahlo y han creado colecciones como el homenaje de Gaultier a la pintora en 1998. Incluso en la Semana de la Moda de Madrid, Maya Hansen presentó vestidos con corsé, flores y estampados de calavera para su colección primavera-verano 2013.



Figura 563. Diseños de Jean Paul Gaultier colección primavera-verano 1998.



Figura 564. La colección otoño-invierno 2010 de Givenchy estuvo inspirada en tres de las obsesiones de Frida, según Tisci: la religión, la sensualidad y la anatomía humana.



Figura 565. Diseños de Mary-Katrantzou colección otoño invierno 2011.



Figura 566. Durante la presentación primavera-verano 2012 en París de Comme des Garçons, Rei Kawakubo presentó un modelo muy similar a una pintura de Kahlo, específicamente *La columna rota* (1944) donde convierte en moda la estructura a la que Frida fue condenada a usar por el resto de su vida debido a un accidente.



Figura 567. Diseños de Maya Hanssen primavera verano 2013.



Figura 568. Diseño de Lena Hoschek, la diseñadora austriaca presentó su colección primavera-verano 2013 inspirada en México, el Día de los Muertos, y por supuesto, en Frida.



Figura 569. Moschino para su colección primavera-verano 2013 añadió algunos elementos propios del estilo Frida.



Figura 570. Diseños de Alexander McQueen en su homenaje a Frida'2014.



Figura 571. Frida Kahlo y la tradición mexicana fueron la inspiración de esta diseñadora italiana para su colección primavera-verano 2014 de Alberta Ferretti.



Figura 572. Una colección con muchas flores y bordados en colores vivos presentó Valentino en 2014. Las emblemáticas trenzas de Frida no podían faltar.

La famosa cantante Beyoncé rindió homenaje a Frida Kahlo durante el reciente festejo de Halloween. Aunque no fue el único disfraz de la artista para esta temporada del año, la caracterización de la artista mexicana sí fue la más llamativa durante una fiesta en Nueva York.

Un vestido de flores, accesorios de gran tamaño y maquillaje recargado fueron los sellos que Beyoncé plasmó en su versión particular de Frida, a la que tampoco le hizo falta su tocado con flores y mariposas.



Figura 573. Beyoncé al estilo Kahlo.

La pintora argentina Carolina Gallo, hace un homenaje muy a la mexicana para una de las voces más privilegiadas de las últimas décadas, aderezado con la obra de la gran creadora mexicana Frida Kahlo. La imagen consiste un montaje de la obra *Autorretrato con collar de espinas y colibrí* pintado en 1940 por la artista mexicana Frida Kahlo. Es su obra, Carolina Gallo mimetiza la imagen icónica de Amy Winehouse y la plasma encima del lienzo que Frida utilizara para poner su propio rostro. Con esto se produce un efecto, si bien polémico, bastante interesante; una suerte de “Frida Winehouse”.



Figura 574. Amy Winehouse. *Autorretrato con collar de espinas y colibrí* 1940.

Al mismo tiempo, la empresa Naturals Skin Care creó una línea de productos para el cuidado de la piel, inspirados en la pintora mexicana. Hasta la marca Mattel, se vió envuelta por la magia de Kahlo y lanzó una Barbie de edición especial.



Figura 575. Barbie Frida.

Pese a sus más de treinta operaciones, Frida posaba como una reina, era muy femenina y coqueta. Intentaba cubrir siempre su pierna derecha deformada con largas faldas y los blusones escondían los corsés que tuvo que portar durante casi toda su vida. La ropa de Kahlo era un tipo de armadura, su aliada para disimular una vida de dolor físico y emocional. Pero la confianza y seguridad en sí misma transformó la armadura en un lienzo que muchas veces ella misma intervenía, en prendas que expresaban su personalidad, orgullo y poder, que la hizo trascender en la historia de la pintura del Siglo XX. Si hubo algo característico en su indumentaria fue el vestido de tehuana, el traje tradicional de las mujeres del Istmo de Tehuantepec.



Figura 576. Vestido de tehuana.

Este traje se compone de dos piezas, la blusa llamada huipíl y la falda. Ambas piezas van bordadas y el tema general son las flores de diversos colores y tipos, la tela sobre la cual se borda puede ser satén, terciopelo o ambas. Para Frida este traje se convirtió en su piel, y llegó a construirse entorno a esta identidad, al mismo tiempo que homenajeara el arte popular con su vestimenta⁸¹¹. En sus estancias en EE.UU. Frida llamaba la atención de los americanos por su aspecto, los aretes y las flores para adornar sus moños araña completaban la fiesta que suponía ese traje típico.

⁸¹¹ Referencia a blog propio nanananitatadotcom.wordpress.com/2013/04/07/frida-vs-moda/

Cuando analizamos su vida, su obra y su indumentaria, observamos una dualidad latente en ellas; su bisexualidad, la libertad de su mente y la prisión de su cuerpo, su fortaleza y su fragilidad, la humildad de la lana y la soberbia de la seda...

Sin duda, esa dualidad vital y emocional que la acompañó toda su vida, también se manifestó en su forma de vestir y de combinar los colores (primarios y complementarios en un mismo conjunto), algo que nunca dejaba al azar. Si fue cuidadosa con su imagen mientras estuvo viva, también lo fue tras su muerte, ya que antes de morir, dejó dispuesto cómo debía ser vestido su cadáver. Frida Kahlo fue una mujer adelantada a su tiempo. No sólo por su forma de pensar y de vivir, también fue precursora de la moda étnica, mostrando al mundo su fascinación por la rica y colorista indumentaria de las tribus indígenas mesoamericanas, las cuales desarrollaron desde época prehispánica, una maravillosa y avanzada industria artesanal, rica en recursos técnicos y tintóreos.

Son muchas también las editoriales que han rendido homenaje a Frida, podemos encontrar varias que sorprenden, como pueden ser la de *Vogue* Alemania, donde una exuberante Claudia Shiffer imita el peculiar estilo de la pintora mexicana.



Figura 577. Imágenes de *Vogue* Alemania.

Vogue, Marie Claire, Jaoluse, Live Fast Mag, Singles Korea... son algunas de las revistas que no han pasado por alto el fenómeno Frida Kahlo.

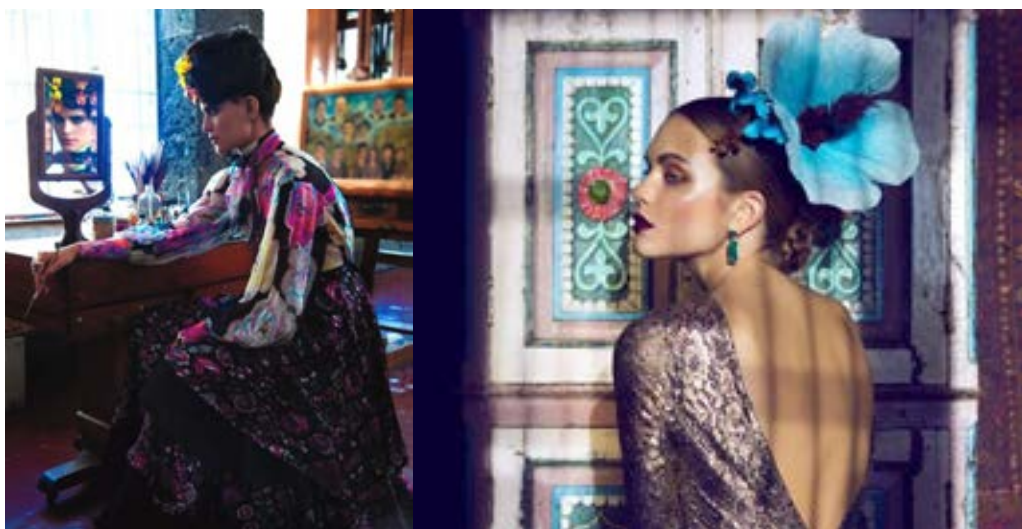


Figura 578. Imágenes de Marie Claire.

El estilo de Kahlo, sus ya característicos entrecejo y bigote, que nunca trató de disimular, contrastan con el abrumador halo femenino de su colorido traje de tehuana, las joyas y las flores adornando su cabellera que confluyeron para dibujar una identidad sexy, atrevida, interesante, original y llena de matices⁸¹². La corporeidad vestida de la artista añade enteros al estudio de su obra, su imagen inmortal e inmortalizada ya forma parte del imaginario colectivo de la historia del arte y la cultura moderna.

La Kahlo es un personaje que constantemente ha influido e inspirado a diseñadores de moda y artistas de distintas disciplinas. La fascinación de los creativos de la moda por Frida no sólo surge por su obra pictórica, sino también por su apasionada vida personal y, sobre todo, por su original estilo de vestir. La afamada pintora, que era una ferviente coleccionista del arte popular mexicano, ha sido retomada en propuestas de Alta Costura y *Prêt-à-porter*, así como en un sinfín de editoriales de moda. A través de su

⁸¹² Artículo La moda en la vida y obra de Frida Kahlo.

aspecto folklórico, la artista logra identificarse con las comunidades indígenas y populares de su país; es decir, con lo “mexicano”.

Es impresionante ver cómo dinámicas que parecen tan disímiles entre sí, como la etnicidad y la moda, tienen manifestaciones y raíces tan complejas que se unen. Es el caso de Frida, quien fue embajadora del estilo “étnico” a nivel internacional. Su aceptación en un campo tan exclusivo como lo es el de la Alta Costura invita a reflexionar sobre la percepción de la alteridad y su relación con un imaginario social acerca de la belleza y el lujo. Asimismo, es indudable que su tendencia rompió también las barreras del tiempo, pues los diseñadores y fotógrafos encuentran en la pintora una infinita fuente de inspiración que vemos en las revistas y pasarelas hoy día.

4.9. IMPRESIONISMO

El impresionismo nace como una evolución a ultranza del Realismo y de la escuela paisajística francesa de finales del siglo XIX. El preludio se encuentra en 1863, con la creación del *Salon des Refusés*, a modo de contestación de los Salones Oficiales de Otoño, que mantenían un arte estancado y carente de originalidad⁸¹³. El impresionismo se corresponde con una transformación social y filosófica; por un lado, el florecimiento de la burguesía, por otro, la llegada del positivismo⁸¹⁴. La burguesía, como nuevo fenómeno social, trae sus propios usos y costumbres; unos afectan al campo, que deja de ser lugar de trabajo para convertirse en lugar de ocio: las excursiones campestres. En el impresionismo existía el recurso a la pluralidad de formas de expresión en dependencia de aquello que iba a ser expresado o del enfoque muchas veces subjetivo del tema y del motivo. La línea se desdibuja y se sustituye por la pincelada en coma y el abocetamiento, entrando así en el sector del arte antiacadémico, los colores son puros, la importancia prioritaria de la luz como motivo, enfoque, elemento coordinador y explicativo en definitiva, de un cuadro.

Las composiciones se mantienen ortodoxas, en el sentido de que no se rompen la perspectiva tridimensional aérea heredada del Renacimiento. En cuanto a los contenidos asistimos a una ligera desviación de los temas tradicionales. La vanguardia viene fuertemente marcada por la incipiente generalización de las libertades pictóricas. Entre los géneros, se instaura el culto al paisaje natural, cuya implantación absoluta se debía al fenómeno romántico que había caído en un lugar secundario dentro de las modas academicistas. Los impresionistas, de stirpe urbana parisina y herederos de Barbizon y del naturalismo, fijaron su atención en los fenómenos atmosféricos en lugar destacado,

⁸¹³ Artículo Impresionismo. Publicado en artehistoria.com

⁸¹⁴ El positivismo consistiría en la creencia de que la metodología científica proporciona el principal, e incluso único, sistema para la consecución del verdadero conocimiento.

siendo los paisajes abiertos sus preferidos. Sus paisajes no tienen nada que ver con los paisajes barrocos flamencos y holandeses. Los ambientes callejeros y las panorámicas están por encima del detallismo, para resaltar así los conjuntos vistos como fenómeno paralelo.

La figura humana pasa a tener un tratamiento esquemático si se compara con el detallismo, no se entra en rasgos subjetivos profundos, pero sí en una caracterización global suficiente a la hora de la definición de los personajes representados. La poética de la vida cotidiana como algo ensalzable, por la que había apostado el naturalismo francés de Jean Francoise Millet, resulta inseparable de la producción de estos artistas de finales del siglo XIX que optaron de manera decidida a riesgo de ser considerados poco elevados, por “motivos” de la vida diaria, en los que la idea de plasmar la realidad, aunque a su manera seguía vigente. Lo que queda definitivamente abandonado es el cultivo del cuadro de historia. La renovación de las técnicas iba acompañada a la de las mentalidades. El artista impresionista era heredero del rechazo, por activa y por pasiva, del protocolo de los salones oficiales y por la crítica.

Con este matiz de lo subjetivo comienza en realidad uno de los fundamentos del arte del siglo XX. El artista querrá expresar lo que siente o ve, no lo que unas supuestas leyes naturales y la tradición considerada científica dicen que es la realidad.

Es el mundo retratado por Monet y Renoir. La ciudad, por el contrario, se convierte en nuevo espacio para la nueva clase social: aparecen los *flanneurs*, paseantes ociosos que se lucen y asisten a conciertos en los boulevard y los jardines de París. También cobra relevancia la noche y sus habitantes, los locales nocturnos, el paseo, las cantantes de cabaret, el ballet, los cafés y sus tertulias. Es un mundo fascinante, del cual los impresionistas extraen sus temas: en especial Degas o Toulouse-Lautrec. Porque para

ellos se han terminado los temas grandiosos del pasado. El positivismo acarrea una concepción de objetividad de la percepción, de un criterio científico que resta valor a todo lo que no sea clasificable según las leyes del color y de la óptica. Según esto, cualquier objeto natural, visible, afectado por la luz y el color, es susceptible de ser representado artísticamente⁸¹⁵. Ante el nuevo léxico que proponen, de pincelada descompuesta en colores primarios que han de recomponerse en la retina del espectador, el público reacciona en contra, incapaz de "leer" correctamente el nuevo lenguaje. Pero el impresionismo cuenta con el apoyo de dos fuerzas sociales emergentes: la crítica de arte, que se encargará de encauzar el gusto del público; y los marchantes, los vendedores de arte, que colocan sus cuadros en las mejores colecciones del país. Las tertulias, los salones extra-oficiales y el propio escándalo se convirtieron en vehículos propagandísticos del nuevo estilo.

⁸¹⁵ Ibidem.

4.9.1. EL CASO DE DIOR

La moda y el arte siempre han mantenido una estrecha relación y uno de los ejemplos más claros lo tenemos en la casa de moda Christian Dior cuyos inicios a primeros del siglo XX se forjaron inspirándose en las grandes obras del impresionismo.

No es de extrañar por tanto que este movimiento artístico sea el eje sobre el que gire la última exposición de la *Maison* Dior en su casa museo de Grandville en la región francesa de Normandía, ciudad natal del diseñador, bajo el título *Dior Impressions: The Inspiration and Influence of Impressionism at the House of Dior*. Se puede encontrar la relación entre el movimiento impresionista y muchos de los diseños de la casa Dior desde sus inicios hasta la actualidad con imágenes de muchas de las piezas expuestas en su casa natal (Grandville)⁸¹⁶.

Ubicada en la que fuera la casa familiar de Christian Dior, esta exposición se centra en rendir un particular homenaje a los principales artistas impresionistas que han inspirado a los diferentes directores artísticos que han pasado por la *maison* francesa.

En ella encontraremos más de setenta vestidos y cuadros de los impresionistas más importantes como Monet, Degas, Renoir o Berthe Morisot, seleccionados de los museos de Orsay y Marmottan Monet. No es casualidad que la Villa Les Rhumbs, reconvertida en el museo de la casa de moda, esté erguida sobre un acantilado de la costa normanda, la misma que nutrió tantos motivos impresionistas y que el modisto francés combinó, años después, con la dulzura bucólica de sus composiciones⁸¹⁷.

⁸¹⁶ Información obtenida en artículo ¿Qué tienen en común la Alta Costura y el Impresionismo?. Publicado en <http://lifestyle.tendencias.com/exposiciones/dior-impressions-que-tienen-en-comun-la-alta-costura-y-el-impresionismo-mas-de-lo-que-parece>

⁸¹⁷ Ibídem.



Figura 579. La Villa Les Rhumbs, Grandville, Francia.

El vínculo indiscutible con los impresionistas era el interés por la naturaleza. Estos pintores, amantes de los paisajes, trasladaron sus caballetes al aire libre, rehusando el taller. Dior ideó también muchas de sus colecciones en el jardín de sus refugios en Grandville, Milly-la-Forêt y Montauroux explicaba a Efe la comisaria de esta exposición Florence Müller.



Figura 580. *L'Allée entre les Iris* de Monet. 1914. Vestido de Christian Dior ,1949.

Uno de los espacios de referencia sobre los que actuó con frecuencia el grupo inicial, fue la ciudad costera normanda de Argenteuil, tratada mediante los matices de la conjugación de la luz sobre el agua, y la de los celajes, con abundantes juegos de reflejos. *La nueva línea marca la apertura del busto y el desvanecimiento de las caderas, mientras que, cada vez más, el talle se emancipa. Los colores están inspirados en los cuadros impresionistas y evocan los campos de flores de Renoir y Van Gogh*, confirmó el propio Dior en la presentación de la colección *Tulipe* (Tulipán), de 1953⁸¹⁸.



Figura 581. Vestido Rose de France, en tafetán impreso con rosas de color, de la colección Alta Costura 1956, de la línea *Flèche* inspirado en *Roses moussues*, óleo sobre lienzo, de Auguste Renoir 1890.

Las lilas fueron las flores de la suerte de Christian Dior, quien festejó sus campanillas en forma de joyas, adornos y estampados, recordando obras como el lienzo *Primavera*. *Ciruelos en flor*, ejecutado por Camille Pissarro en 1877⁸¹⁹.

⁸¹⁸ Ibidem.

⁸¹⁹ Ibidem.



Figura 582. *Primavera, cerezos en flor* Pissarro 1877. Gargantillas de Dior.

El jazmín, la rosa blanca y las notas verdes de sus vestidos evocaron los efectos de color y luz de algunos de los paisajes frecuentados por los impresionistas, como el que representó Claude Monet en 1914 titulado *Jardín entre lirios*.



Figura 583. *Jardín entre lirios* de Monet 1914. Vestido de Christian Dior.

Después de la prematura muerte de su fundador en 1957, los diferentes directores artísticos de la *Maison Dior* continuaron homenajeando a los impresionistas.

Yves Saint Laurent, que tomó el relevo de Christian Dior cuando este falleció en Italia, sugirió en 1960 la línea *Silhouette de demain* (La silueta del mañana), con constantes referencias al agua y, especialmente, a los nenúfares, en clara alusión a Claude Monet.

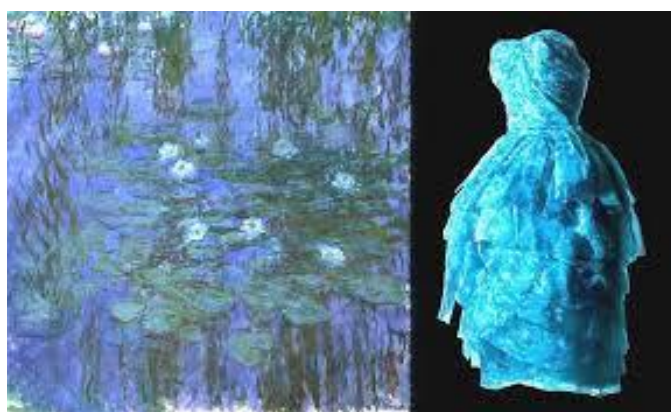


Figura 584. *Nenúfares* de Monet 1916. Diseño de Yves Saint Laurent para Dior.

Del mismo modo, con los tejidos en terciopelos cubiertos de satén y adornados con flores de seda rosa, Saint Laurent conmemoró a la pintora francesa Berthe Morisot.

Otro ejemplo de esa relación que la casa de moda se esfuerza por subrayar es la retrospectiva que el Grand Palais de París le consagró a Paul Cézanne en 1995, que inspiró al que entonces dirigía las agujas de Dior, Gianfranco Ferré, para crear una colección que bebía de su paleta de colores y en la que despuntaba el abrigo Arlequín, en negro y granate.



Figura 585. Abrigo Arlequín de Gianfranco Ferré para Dior 1995.

El polémico y fructífero modisto John Galliano también se dejó seducir por los trazos impresionistas e invocó, en rosa pálido, las danzas de ballet de Edgar Degas, así como por la seda, los sombreros y el azul de Auguste Renoir. Un ejemplo le tenemos en la imagen donde vemos tres piezas de la colección de Alta Costura otoño-invierno 2007 creada por John Galliano que evoca a otro de los grandes cuadros del impresionismo francés que vemos a continuación.



Figura 586. Diseños de John Galliano para Dior 2007. *Trois femmes aux ombrelles* de Marie Bracquemond



Figura 587. Diseños de John Galliano para Dior inspirados en *Las bailarinas* de Degas.

El actual director artístico de la casa de Alta Costura, Raf Simons, ha sido el último de los sastres de la *maison* en sucumbir, en su caso, al puntillismo de Georges Seurat y de Paul Signac, a partir de una multitud de pétalos en muselina que creaban un juego de luces y recordaban el aspecto efímero de las flores.



Figura 588. Creación de Raf Simons para Dior.

En las representaciones artísticas, el uso de las flores se asocia, habitualmente, a la fugacidad de la belleza femenina, que en la línea de Simons se interpreta por la fragilidad de los materiales. La muestra no soslaya la importancia que Christian Dior otorgó a los accesorios en su himno a la perfección femenina, complementos a los que los impresionistas recurrieron también para magnificar la actitud de la modelo, retirando delicadamente un guante o apoyándose de forma sugerente sobre un paraguas.

Esta casa también se inspiró en Manet para su campaña del 2013 *Le déjeuner sur l'herbe* inspirada en el cuadro impresionista de Édouard Manet de 1863, de la mano de los fotógrafos Inez van Lamsweerde y Vinoodh Matadin⁸²⁰.



Figura 589. *Le déjeuner sur l'herbe* de Manet 1863. Campaña publicitaria de Dior 2013.

Este cuadro también sirvió años antes a Yves Saint Laurent, quien hizo su propia interpretación junto a la modelo Kate Moos (1998).



Figura 590. Publicidad de Yves Saint Laurent inspirado en el *Desayuno sobre la hierba* de Monet.

⁸²⁰ Vallverdú, Laura. Moda y Arte, el impresionismo en los vestidos de Christian Dior. Junio 2013. <http://bcncoolhunter.com/2013/06/moda-arte-impresionismo-vestidos-christian-dior/>

4.9.2. YVES SAINT LAURENT, PURO REFLEJO DEL ARTE

Nos centramos ahora en Yves Saint Laurent y sus creaciones, porque sus obras son un puro reflejo de arte del siglo XX.

La pintura me había apasionado desde siempre, y por lo tanto era natural que inspirase mis creaciones.

Yves Saint Laurent.

Yves Saint Laurent es considerado el modisto que mejor ha sabido valerse del arte para trasladarlo a sus prendas, siempre dándoles su impronta personal. Se inspiraba en motivos que le proporciona el trato con los maestros clásicos Velázquez, Delacroix, Vermeer, Ingres, Goya... pero por otro lado se suceden numerosos homenajes a los llamados maestros de la modernidad como es el caso de Mondrian, Picasso (cubismo) o Van Gogh (impresionismo).

Cabe destacar que Yves Saint Laurent ha sido uno de los primeros diseñadores de moda que lograron exponer sus creaciones en un museo, ello tuvo lugar en 1983 en el Metropolitan Museum of Art (MET) de la ciudad de Nueva York, Estados Unidos⁸²¹. Esto significó un gran avance para la moda, ya que no sólo pudo acceder a otros espacios distintos de las pasarelas y *shopping malls* para exhibir las prendas, sino que además este espacio era compartido con el arte, lo que generaba una clara fusión interesante y atractiva entre ambos mundos, el del arte y la moda. Empezó a trabajar con Dior desde muy jovencito, la muerte del maestro Dior, afectó al joven discípulo, que

⁸²¹ Luján Echegaray. El arte y la moda a través de Yves Saint Laurent. Universidad de Palermo, Buenos Aires.

pasó a ser su heredero natural. Una vez que fue nombrado director de arte de la firma, lanzó su primera colección, que presentó con el nombre de *Trapezio* y con la que obtuvo un éxito clamoroso. Entre el público que asistió a ese desfile se hallaba Pierre Bergé, un amigo de Dior y habitual del círculo de la moda parisiense, que con el tiempo se convirtió en socio, amigo y amante de Yves.

En 1960 no pudo evitar por más tiempo las obligaciones del servicio militar y abandonó su puesto al frente de Dior porque fue llamado a filas por el ejército francés. A los pocos meses no pudo soportar la rudeza del estilo de vida militar y sufrió su primera gran depresión, por la que tuvo que ser ingresado en un hospital psiquiátrico militar. Su amigo Bergé utilizó sus influencias y poco tiempo después consiguió que lo dejaran salir de allí.

Mientras tanto, la casa Dior nombró director al asistente de Yves, Marc Bohan, lo que disgustó enormemente al modisto, que decidió demandar a la empresa. Ayudado por su inseparable amigo Bergé, Saint-Laurent presentó una demanda y peleó hasta recibir una indemnización de la empresa por daños morales y, con ese dinero y el de Mack Robinson, un hombre de negocios estadounidense interesado en la moda, creó su propia casa de costura⁸²².

Mondrian fue el primero al que se acercó Yves Saint Laurent en 1965, el rigor del pintor vanguardista le seducía bastante. Mondrian significa la pureza, Yves Saint Laurent, adaptó los principios de sus cuadros abstractos y armónicos a vestidos rectos de punto. El resultado fue un éxito total, mujeres de las principales capitales de Europa y ciudades como Nueva York, adquirieron dicha prenda hasta agotar su existencia, mientras que la

⁸²² Modapedia. Vogue. Yves Saint Laurent.

cruenta crítica alababa la visión que Yves poseía⁸²³. Esta colección fue, es y continuará siendo valiosa por ser la primera en integrar un género dentro del pop art a la Alta Costura, y es que hasta su retiro, Yves continuó reinventando sus clásicos e innovando por medio del arte. Él marcó el comienzo de un nuevo concepto, creando vestidos de ciudad sofisticados que se convirtieron en inspiración para gigantes como Giorgio Armani, Ralph Lauren o Calvin Klein⁸²⁴.



Figura 591. Cuadro Mondrian 1921. Vestido Yves Saint Laurent 1965.

La revolución industrial, el progreso y las guerras mundiales no solo nos dejaron como legado grandes libros con los hechos más importantes de estos acontecimientos, sino también importantes vanguardias artísticas que buscaban rechazar el llamado “arte oficial” y romper con los paradigmas anteriores del arte, jugando con la experimentación y la composición de colores, formas y normas. El expresionismo, cubismo, futurismo, abstraccionismo, surrealismo, dadaísmo, entre otros, vienen a cambiar la forma de ver el arte y grandes artistas dejaron su marca y tendencia que hasta el día de hoy influencia a artistas contemporáneos y por supuesto, a diseñadores.

⁸²³ Ibidem.

⁸²⁴ Serie Arte y moda. <http://mujerdespuesdelos40.blogspot.com.es/2015/08/serie-arte-moda-yves-saint-laurent.html>

Dentro de los iconos de estas vanguardias existe un nombre que hasta el día de hoy se escucha: Piet Mondrian, el abstraccionista que junto a sus formas simples y básicas y sus colores primarios, pretendía abstraer el mundo a su máxima simpleza y decodificación. Sus pinturas destacan por la simpleza de sus líneas, colores y formas, lo cual ha inspirado a muchos diseñadores desde hace unas décadas atrás.

Sí y tal como estos diseñadores se han inspirado en el abstraccionista, son muchos los que han tomado como referente para sus colecciones, o parte de estas, las pinturas de Mondrian, a continuación varios ejemplos de esto.



Figura 592. Izquierda Agatha Ruiz de la Prada para su colección 2009. Christian Loubotin.



Figura 593. Izquierda Aquilano Rimondi para su colección otoño-invierno 2011. Derecha Christian Lacroix para su colección primavera-verano 2009.



Figura 594. Izquierda The Rodnik Band para su colección otoño-invierno 2011. Figura 604. Derecha Narciso Rodriguez para su colección *Resort*.



Figura 595 .Cuatro décadas después, Prada, retoma la inspiración que Yves Saint Laurent tomaría del artista holandés y haría una línea igualmente inspirada en sus cuadros, pero agregando un toque oldschool a sus diseños.



Figura 596. Sarah Schofield inspirada también en el trabajo de Mondrian, realizó una línea de trajes de baño, utilizando la rígida y simple estructura de las pinturas de este abstraccionista al servicio de la figura del cuerpo femenino.

Sin abandonar estas pinturas abstractas encontramos otros ejemplos de su colección, como un vestido para cóctel inspirado en la obra del pintor ruso Serge Poliakoff.



Figura 597. *Pintura abstracta*, de Serge Poliakoff 1959. Vestido de Yves Saint Laurent de 1965.

Como bien dice Yves, el pop art significó para él la expresión de su juventud. Es por ello que siguió rindiendo homenaje a otros artistas relacionados con este movimiento, como Tom Wesselmann, maestro del pop art americano. Para ello, diseñó un vestido de noche largo inspirado en la obra de este artista. Se relaciona con obras como *Desnudo* de 1970.



Figura 598. *Desnudo* de Tom Wesselmann de 1970.



Figura 599. Vestidos otoño-invierno de Yves Saint Laurent inspirados en las obras de Wesselmann 1966.

Por otra parte, sus diseños también reflejaron el interés que poseía por la exótica cultura africana: *También creo que África contiene tesoros de creación y de imaginación, y trabajar sobre su cultura me ha apasionado y enriquecido.*



Figura 600. Estatuilla femenina de esposa del otro mundo. Museo Barbier Mueller Ginebra. Vestido de noche corte Bambara Yves Saint Laurent 1967.

Será a partir de 1979 cuando surjan de la mano de Yves Saint Laurent otra clase de homenajes, recuperando a otro variado grupo de artistas. Un ejemplo claro de como Yves se implica con las culturas de los diferentes países es este conjunto de torero, que apela a uno de los grandes maestros de la pintura española, Francisco de Goya. Lo cierto es que muchas de sus creaciones están inspiradas en viajes, reales o imaginados.

Pero no solo Goya, Yves Saint Laurent también se fijó en Pablo Picasso, máximo representante de la pintura cubista como hemos podido ver en el capítulo anterior del cubismo. Presentamos ahora otra imagen de una de las creaciones del modisto inspirándose en el genio.



Figura 601. Traje de noche largo colección otoño-invierno 1979 en homenaje a Pablo Picasso . Óleos: *Profil à la fenêtre*. 1934 y *Guitarra y violín*. 1912.

A su vez el pintor francés, Henri Matisse, una de las figuras más importantes del arte moderno, caracterizado por su uso original y fluido del dibujo y el color, tuvo su reflejo en los diseños de Yves Saint Laurent.



Figura 602. Diseño Tributo a Matisse de Yves Saint Laurent otoño-invierno 1980 inspirado en Le Gerbé de Matisse 1953.



Figura 603. Laurent inspirado en *La blusa romana* de Matisse 1940.



Figura 604. Laurent inspirado en los *Nenúfares* de Monet.

Con la ayuda del francés Georges Braque, otra de las mayores figuras del cubismo, diseña un vestido de novia para nada convencional, perteneciente a la colección primavera-verano de 1988.



Figura 605. Vestido de novia de Yves Saint Laurent inspirado en Braque.

¿Y cómo no habría podido acudir a Van Gogh, su iris, sus girasoles, sus maravillosos colores? Este pintor postimpresionista de finales del S. XIX también fue motivo de algunas de sus creaciones como sus conjuntos cortos de noche de 1988.



Figura 606. *Jarrón con doce girasoles* 1888. Figura 616. *Lirios* de Van Gogh 1889.



Figura 607. Trajes inspirados en Van Gogh por Yves Saint Laurent 1988.

Rodarte⁸²⁵ en su colección primavera-verano 2012 también le hizo un tributo a Van Gogh con esta creación.



Figura 608. Yves Saint Laurent izquierda 1988. Rodarte derecha 2012.

⁸²⁵Firma formada por las hermanas californianas Kate y Laura Mulleavy. Sus prendas, entre postapocalípticas y oníricas, y su osado abanico de referencias que va desde Japón a lo tribal pasando por los films de Tim Burton, han convertido a su firma, llamada Rodarte, en uno de los últimos grandes éxitos de la moda estadounidense.

Esta colección de Rodarte es un tanto la continuación de la anterior, en otoño 2011 mostraban trigo y ahora muestran una clara referencia al post impresionismo de Van Gogh, de *Los girasoles* a una *Noche estrellada*.



Figura 609. Arriba *Noche estrellada* de Van Gogh, vestidos de rodarte. *Almendo en flor* de Van Gogh 1890 y vestido de rodarte colección primavera-verano 2012.

Almendo en flor (1890) de Vincent Van Gogh en la colección *Ready to Wear* primavera-verano 2012 de Rodarte. Las hermanas Mulleavy se sentían fascinadas por los colores fríos de la cinta de Disney *La Bella Durmiente* (1959) y buscaron su equivalente en el arte, encontrándolos en las pinturas de Van Gogh. Convirtieron a sus modelos en sus propias princesas de cuento, vistiéndolas con algunas de las obras del pintor. El resultado es mágico, y destaca entre ellas el detalle de este delicado diseño con las flores del almendo.

4.9.3. DOLCE AND GABBANA & EL IMPRESIONISMO

Flores en un jarrón azul (1887) de Vincent Van Gogh en el desfile de primavera-verano 2014 de alta moda de Dolce & Gabbana. De nuevo los diseñadores italianos buscan su inspiración en el arte, recreando con maestría esta bella obra del pintor⁸²⁶. Su intención con este desfile de vestidos de ensueño, según sus propias palabras, era transformar a las mujeres en obras de arte vivientes.



Figura 610. Diseño de Dolce & Gabbana 2014 inspirado en *Flores en un jarrón azul* de 1887.

⁸²⁶Vega, Mara. *10 obras de arte en la pasarela*. Publicado en <http://www.itfashion.com/cultura/reportajes/10-obras-de-arte-en-la-pasarela/>

4.9.4. GIANBATTISTA VALLI & EL IMPRESIONISMO

Los colores de la colección del italiano Giambattista Valli primavera-verano 2014 eran sacados del arte impresionista, colores puros, los volúmenes diversos y las aplicaciones de bordados joya... hacen de sus mujeres, damas con un toque gamberro y que han dejado la tradicional actitud de la costura para salir a pasear con resaca después de la juerga. Así es como describía el italiano a su musa para esta colección⁸²⁷.



Figura 611. Algunos de los diseños de Valli colección primavera-verano 2014.

⁸²⁷ Información obtenida en: <http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2014-paris-giambattista-valli/9251>

4.9. 5. MARTIN MARGIELA & EL IMPRESIONISMO

Martin Margiela también nos presenta su homenaje a Van Gogh en su colección de otoño-invierno 2014 con un vestido azul y verde con iris bordados gigantes que de inmediato trae a nuestra mente la pintura *Los lirios* de Van Gogh.



Figura 612. Creación de Martin Margiela inspirada en *Los lirios* de Van Gogh 1890.

4.10. EL POP ART Y LA CULTURA DE MASAS.

El pop art, que para algunos debía llamarse con más exactitud “Arte de la Cultura de Masas”, surgió a finales de los años cincuenta en Estados Unidos y Europa. Se refiere a un cambio cultural propiciado por un acceso inédito a la riqueza, al tiempo libre y a la tecnología de una gran parte de la población. Se trata de un arte producido en masa, audaz, efectista, glamuroso y enfocado a la vida cotidiana y los objetos en serie de la sociedad de consumo. Las estrellas de cine fueron algunas de las obsesiones de artistas como Andy Warhol para quien Marilyn Monroe fue uno de sus principales motivos. La retrató como un ícono profano, fabricado industrialmente, vacío, y obligada a auto-reproducirse hasta el infinito según los parámetros que la industria de consumo habían creado para ella: el sex-símbol por excelencia fundado en una mirada externa masculina.

A mediados del siglo XX, el mundo era otro. La píldora anticonceptiva, la muerte de Marilyn y James Dean, Vietnam, los asesinatos de Kennedy y Luther King... El ambiente estaba movilizado y el mundo entero era parte de eso. Se empezó a hablar de la sociedad de masas, el consumismo y la producción en serie ponían todo al alcance de todos.

Andy Warhol y el pop art utilizaron elementos cotidianos para transformarlos en arte. Pintaron latas de tomates y las expusieron en los museos. El aura de la “obra única” desapareció, tanto para un cuadro como para un vestido.

Cada vez más personas iban vestidas a la moda, independientemente de su situación económica. La ropa había dejado de ser un lujo: se compraba y consumía compulsivamente, y del mismo modo se desechaba para sustituirla por una nueva. Aparecen secciones de ropa en los almacenes, y surgen las boutiques, una a la vuelta de

cada esquina⁸²⁸. El movimiento también llegó a la Alta Costura de la mano de Yves Saint Laurent con su colección *Pop Art* de 1966, inspirada en los trabajos de Warhol, Wesselman y Lichtenstein. El diseñador francés también es responsable del vestido Mondrian de 1965, que causó furor llevando los cuadros de colores primarios del neoplasticista a los vestidos.

⁸²⁸ Información obtenida del artículo Fernando Diez. El arte y la Moda en el siglo XX. Publicado en <http://suite101.net/>

4.10.1. EL OP ART, ILUSIONES ÓPTICAS

Paralelamente, surge una línea de arte abstracto con formas y efectos hipnóticos. El op art engañaba a la vista del espectador con ilusiones ópticas. Derivado del racionalismo de la Bauhaus y el uso del color del suprematismo, se aplicó no sólo en pintura sino también en diseño gráfico, fotografía e indumentaria. El op art fue el movimiento artístico característico de los sesenta, el húngaro Victor Vasarely fue considerado el padre del op art, y posteriormente y la inglesa Bridget Riley fue una excelente artista de este movimiento durante y desde los sesenta; los dos han sido considerados los más relevantes pintores del op art.

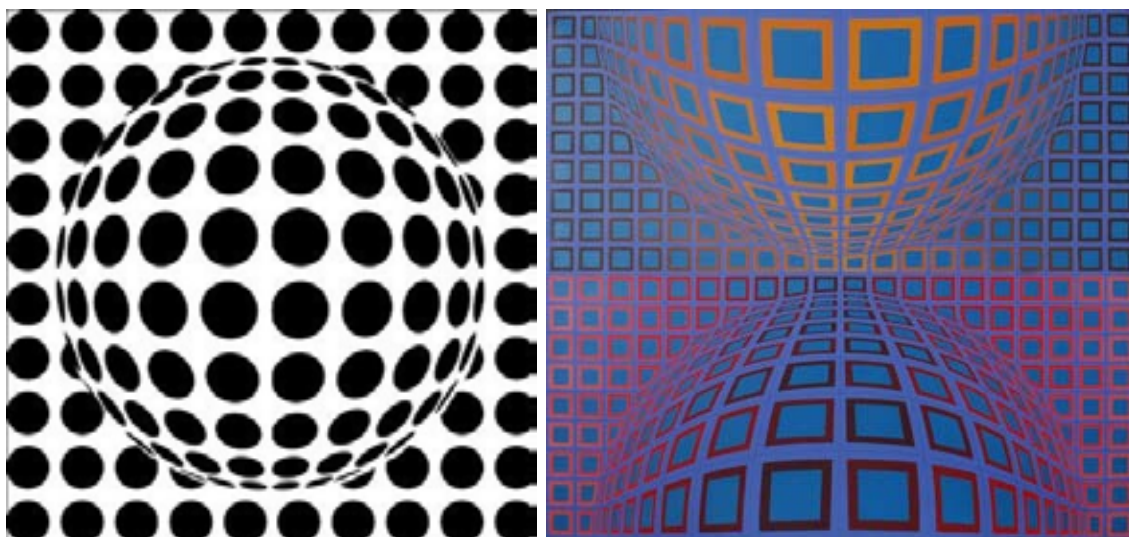


Figura 613. Obras de Op Art de Victor Vasarely

Se caracteriza por la ausencia total del movimiento real, aunque todas sus obras son físicamente estáticas, logran conseguir la sensación del movimiento. Se expresa con figuras geométricas simples, como cuadrados, rectángulos, triángulos, círculos y circunferencias en tramados, combinaciones o formaciones múltiples y complejas⁸²⁹.

⁸²⁹Artículo 60's *El Pop Art y Louis Vuitton*. <http://comovestimos-lo.blogspot.com.es/2013/02/60s-el-op-art-y-louis-vuitton.html>

Con contrastes cromáticos marcados, no solo en blanco y negro, aunque este contraste es el más representado, también se manifiesta en varios colores, poli o bicromáticos. Las tramas alucinatorias se trasladaron rápidamente a estampados psicodélicos que adornaban la mayoría de los vestidos y minifaldas a fines de los años sesenta. Los más destacados diseñadores que incursionaron en el movimiento son Courrèges, Mary Quant, Geoffrey Beene y, principalmente, Pucci.



Figura 614. Izquierda Courrèges en vinilo 1965. Mary Quant por Cecil Beaton años 60.



Figura 615. Audrey Hepburn por Cecil Beaton utilizando fondo Op Art en 1963. Figura 626. Traje de Nina Ricci por John French, 1965.

El movimiento quedó en el olvido durante unos años hasta que de nuevo en la década de los noventa volvió a tener presencia en la Alta Costura.



Figura 616. Masairo Nakagawa y Rica, traje pantalón otoño-invierno 1995 (Instituto de la indumentaria de Kioto). Inspirado en el cuadro que vemos a la derecha *Ter ur* de Vasarely.

Durante el 2012 y 2013 en las colecciones de otoño-invierno, la tendencia al op art creció bastante y fueron muchos en la lista de diseñadores que se lanzaron al diseño op art con geometrías bicolores es infinita: Narciso Rodriguez, Preen, Rebecca Minkoff, Moschino, Ángel Schlesser, Michael Kors, Marc Jacobs, Dolce & Gababana, Balmain, etcétera.



Figura 617. Colección otoño-invierno 2012. Narciso Rodriguez. Figura 618. Preen. Figura 619. Rebecca Minkoff. Figura 620. Moschino.



Colección otoño-invierno 2013. Figura 621. Modelo de Ángel Schlesser. Figura 622. Modelo de Michael Kors. Figura 623. Modelo de Marc Jacobs, Figura 624. Modelo de Dolce & Gabbana. Figura 625. Modelo de Balmain.



Colección otoño-invierno 2013. Figura 626. Modelo de Derek Lam. Figura 627. Modelo de Emanuel Ungaro. Figura 628. Modelo de Edun. Figura 629. Modelo de Rodarte. 630. Modelo de Balmain.

Marc Jacobs con la colección primavera-verano 2013 para Louis Vuitton, inspirado en el arte conceptual de Daniel Buren (artista que consiguió su fama en plena revolución del 68 manifestando su arte y espíritu deconstructivista con mucha influencia y manifestación op art). Marc Jacobs, no solo se inspira en su arte, también contó con su colaboración para decorar los escaparates de Louis Vuitton en París.



Figura 631 y 632. Imágenes de diseños de la colección primavera-verano 2013 de Marc Jacobs.

Daniel Buren ha desplegado todo su potencial y conocimiento jugando con distintos motivos y perspectivas creando sorprendentes ilusiones ópticas. Así, encontramos rayas que se deslizan de arriba debajo de las vitrinas, cuadros que forman tableros de ajedrez en los cristales, rayas y cuadros mezclados en el mismo escaparate... Y todo ello utilizando colores básicos y llamativos, como el amarillo, el naranja, el rosa y el verde, que contrastan con el blanco impoluto.

Las primeras tiendas en recibir el toque geométrico de Daniel Buren fueron las de la 5ª Avenida de Nueva York y la de la Avenue Montaigne de París, posteriormente decenas de tiendas Louis Vuitton en el mundo siguieron llamando la atención de paseantes y curiosos.



Figura 633. Escaparates de Louis Vuitton 2013 con la obra de Buren, 5ª Avenida de Nueva York.

Con el diseño de estos escaparates, Louis Vuitton siguió la línea conceptual que iniciaría el año 2012 con una colección claramente inspirada en el trabajo *Les Deux Plateaux*, las famosas columnas a rayas de diferentes alturas que Daniel Buren ideó para el patio del Palais Royal de París.

También la joyería ha sido soporte para las distintas inspiraciones del movimiento. La reconocida marca de joyas india *Isharya*, lanzada en el año 2004, consiguieron captar la atención de editores de moda, estilistas y famosas deseosas de lucir sus propuestas sobre las mejores alfombras rojas internacionales.



Figura 634. Publicidad de la marca *Isharya*.

Haciendo un paréntesis con el op art, continuamos con el desarrollo que nos ocupa en este capítulo, el pop art fue un movimiento que surge a finales de la década de 1950 en Inglaterra y Estados Unidos como reacción artística ante el expresionismo abstracto, al que consideraban vacío y elitista. Se caracteriza por el empleo de imágenes y temas tomados de la sociedad de consumo y de la comunicación de masas y los aplican al arte.

4.10.2. POP ART.

El arte pop utiliza imágenes conocidas con un sentido diferente para lograr una postura estética o alcanzar una postura crítica de la sociedad de consumo. Como su propio nombre indica arte popular, toma del pueblo los intereses y la temática.

El pop es el resultado de un estilo de vida, la manifestación plástica de una cultura caracterizada por la tecnología, la democracia, la moda y el consumo, donde los objetos dejan de ser únicos para producirse en serie. Se sirve de los objetos industriales, de los carteles, de los artículos de consumo comercial⁸³⁰. Describía lo que hasta entonces había sido considerado indigno para el arte⁸³¹: la publicidad, las ilustraciones de revistas, los muebles de serie, los vestidos, las latas de conservas, los *hot-dogs*, botellas de coca-cola, etc. Esto se lleva al arte, surgiendo un estilo desnudo y mecanizado, de series reproducidas que enlaza directamente con el mundo de la publicidad.

El tamaño de las obras será cada vez más espectacular, se amplían los motivos y pasan a primer plano o se multiplican a lo largo de la superficie pictórica. La expresividad queda desplazada a un segundo plano, siendo un estilo impersonal que retrata su contemporaneidad con sutil conformismo.

El arte pop o pop art fue apreciado y aprobado por el público gracias a sus formas fáciles y divertidas y a sus contenidos, que podían ser captados sin dificultad. Al espectador le gustaba reconocer objetos corrientes en los cuadros porque así se ahorraban el esfuerzo que representaba la interpretación de las obras del expresionismo abstracto, pero no comprendieron su carga de ironía y de ambigüedad. Lichtenstein decía:

⁸³⁰ VV.AA. *La Moda y el Pop Art*. Nuevas tendencias en diseño de indumentaria. Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

⁸³¹ Artículo publicado sobre el pop art en la revista online Arteespana. <http://www.arteespana.com/artepop.htm>.

*Nosotros pensamos que la generación anterior intentaba alcanzar su subconsciente, mientras que los artistas pop intentamos distanciarnos de nuestra obra. Yo deseo que mi obra tenga un aire programado e impersonal, pero no creo ser impersonal mientras la realizo*⁸³².

El arte pop (pop art) eleva los objetos de la vida diaria moderna a obras de arte y, con la frialdad del distanciamiento, pone su mirada en la atracción estética de los artículos de consumo. Los orígenes del arte pop se encuentran en el dadaísmo, en la poca importancia puesta en el objeto de arte final y en el uso del collage⁸³³ y del fotomontaje⁸³⁴.

El vínculo entre la moda y el arte es ahora más fuerte que nunca y es más que evidente con colecciones como la locura grafiti de Prada para la primavera-verano de 2014, el trabajo de Bottega Veneta con Ryan McGinley y las colaboraciones de la Fundación Louis Vuitton con artistas como Yayoi Kusama, Takashi Murakami y Richard Prince.



⁸³² Ibidem.

⁸³³ Técnica pictórica que consiste en pegar sobre una tela, papel u otra superficie otros materiales, como papel, tela, fotografías, etc.

⁸³⁴ Composición fotográfica que resulta de la combinación de fragmentos de diversas fotografías, a veces acompañadas de dibujos, y que se hace generalmente con intención artística, publicitaria, etc.

Figura 635. Colección primavera-verano 2015 Bottega Veneta.



Figura 636. Piezas de la colección de Miuccia Prada primavera-verano 2014.

Prada quiso que su mujer tuviera más poder y acción, una colección en cierto punto feminista que bebió del formato pop para crear un imaginario nuevo⁸³⁵. El imaginario de Prada de todas las temporadas. Miuccia Prada subió a la pasarela el arte pop del grafiti representado en grandes rostros femeninos que se convirtieron en su nuevo estampado a imitar.

Louis Vuitton encargó Takashi Murakami, artista japonés nacido en 1963. Su colaboración con la firma francesa se remonta al año 2003, cuando Marc Jacobs, director creativo de la marca, le sugirió trabajar mano a mano.

⁸³⁵ [Http://www.trendencias.com/milan/prada-primavera-verano-2014](http://www.trendencias.com/milan/prada-primavera-verano-2014)

Desde entonces, ha ideado increíbles diseños, contribuyendo a la modernización de la antigua casa de marroquinería, fundada en 1854. Murakami ha trasladado el monocromático logo de Louis Vuitton a un universo de fantasía y de color, como muestra esta campaña publicitaria⁸³⁶.



Figura 637. Colaboración de Louis Vuitton con el japonés Murakami.



Figura 638. Diseños de Murakami para L. Vuitton.

⁸³⁶ (Superflat ~First Love~ for Louis Vuitton Takashi Murakami 2009, www.youtube.com/watch?v=XJLc8bddXrU).

Artchandising es una de las nuevas tendencias de *retail* y trata de incluir el arte en las tiendas como punto de atracción para clientes, fusionado o no con los productos⁸³⁷. En Londres se pueden encontrar camiserías con rincones de exposición de fotografía, o enormes estatuas presidiendo una tienda de bolsos. Pero lo que ha hecho Murakami, el “Warhol japonés”, para Louis Vuitton es fusionar el arte de tal manera con la marca que ha conseguido crear todo universo artístico.



Figura 639. Composición visual de algunas de las imágenes de las tiendas de Louis Vuitton.

⁸³⁷ [Http://www.retail.awanzo.com/tag/el-arte/](http://www.retail.awanzo.com/tag/el-arte/)

En los sesenta, el panorama creativo era más pequeño y fluido de lo que es ahora y no era de extrañar que los diseñadores de moda más innovadores del momento se moviesen por los mismos círculos que los artistas. La mayoría de artistas pop de la época estaban al tanto de la moda y está claro que la moda usaba imágenes de esta corriente creativa.

Algunos ejemplos de este cruce se reflejan en los vestidos con latas de sopa Campbell de Warhol o, en Australia, los vestidos que Ken Reinhard diseñó para las modelos que asistieron a la inauguración de una de sus exposiciones.



Figura 640. Vestido de Andy Warhol 1967. Lata de sopa Campbell producida por Warhol en 1962.

Los artistas pop no solo acudieron a la moda para realizar parte de sus obras; también recurrieron a los propios diseñadores. Así, una de las obras más famosas de David Hockney es un retrato del modisto Ossie Clark y su esposa, la diseñadora textil Celia Birtwell.



Figura 641. *Mr. and Mrs. Clark and Percy* de David Hockney 1970.

Mientras tanto, Yves Saint se convirtió en el protagonista de un retrato serigrafiado de cuatro paneles de Andy Warhol en 1974. Warhol también era íntimo de Halston y apareció numerosas veces en la obra del artista. A su vez el diseñador Roy Halston⁸³⁸ era un gran coleccionista de la obra de Warhol y le encargó varias campañas de publicidad para su firma.



Figura 642. Yves Saint Laurent por Warhol 1974.

⁸³⁸ Halston saltó a la fama cuando diseñó el sombrero que llevaba Jackie Kennedy en la ceremonia de la inauguración presidencial de su esposo John Kennedy. Desde ese momento él y sus creaciones adquirieron el rango de celebridades y fueron *dress code* obligado para la vida nocturna neoyorquina, especialmente para los asistentes del celeberrimo Studio 54



Figura 643. Roy Halston y Andy Warhol, Nueva York 1984.

No todos los diseñadores de moda pueden crear un discurso contundente para cada una de sus colecciones, a menor escala, el significado puede ser generado por el propio individuo que las está consumiendo. El hecho de vestirse siempre nos dice algo: puede tratarse tanto de un mensaje de conformidad como de rebelión. Los artistas pueden utilizarlo como abreviatura para algo mucho más profundo, ya sea un par de botas fetichistas en una escultura de Allen Jones o una pareja de lo más 'chic' adentrándose en la noche en una pintura de Roy Lichtenstein.

4.10.2.1. ROY LICHTENSTEIN Y LOS PUNTOS BEN DAY

Roy Lichtenstein, uno de los autores pop más influyentes del siglo XX, de quien se extrajeron los valores estéticos de sus obras y sellos particulares como los puntos Ben-Day, para convertirlas en piezas textiles inigualables por la marca Prada, marcando con cada uno de sus trazos, su propia época⁸³⁹.



Figura 644. Muestra de los puntos Ben Day en la obra de Lichtenstein.

Los modelos de Yves Saint Laurent se expusieron junto a la obra *Stepping Out* (1978) de Roy Lichtenstein en la exposición *Yves Saint Laurent. 25 años de creación* en el Museo Metropolitano de Nueva York en 1983. Esta muestra recibió más de una crítica ya que era la primera vez que un gran museo dedicaba una retrospectiva a un diseñador vivo y en activo.



Figura 645. Imagen de la exposición de Yves Saint Laurent en 1983.

⁸³⁹ Cruz, Érica. La moda y el Pop Art. Publicado en la revista digital <http://www.fahrenheitmagazine.com>. /2013.

El estilo inconfundible de este autor se caracterizaba por líneas negras, colores planos y puntos, son los elementos gráficos principales que definen la estética del estilo. El dibujo muy definido por las negras líneas que definen las figuras. Los colores se muestran de dos modos: masas planas de color o masas de puntos de color. Estos puntos logran un juego de textura visual muy suave que añade calidad a la obra. Moschino rindió tributo a este artista con varias de sus piezas de su colección otoño-invierno de 1991. Posteriormente en el 2011, Moschino también realizó un guiño a la obra de este artista.



Figura 646. Tributo de Moschino a Lichtenstein colección otoño-invierno 1991.



Figura 647. Faldas de Moschino otoño-invierno Moschino 2011.

El diseñador británico Phillip Lim en su colección otoño-invierno del 2012 interpretó casi literalmente el pop art de Roy Lichtenstein⁸⁴⁰. Un estilo artístico americano inspirado en la estética de las tiras de comics típicas de la década de 1950.



Figura 648. Dos de los diseños de Lim de su colección otoño-invierno 2012.

Como hemos dicho anteriormente Prada utilizó los puntos Ben Day en una de sus colecciones.



Figura 649. Diseños de Miu Miu (Prada) colección otoño-invierno 2013.

⁸⁴⁰ Phillip Lim y el Pop Art de Roy Lichtenstein. <http://www.styleisanattitude.com/2011/12/phillip-lim-y-el-pop-art-de-roy-lichtenstein.html>

El diseñador americano Tom Ford aporta ráfagas de cultura pop a lo Roy Lichtenstein en su colección otoño-invierno 2013.



Figura 650. Diseños de colección otoño-invierno de Tom Ford (2013).



Figura 651. London *Fashion Week* colección de Tom Ford (2013).

La casa italiana Marni en el verano 2013 también hizo su particular homenaje a Roy Lichtenstein con su colección de bolsos, una combinación entre los diseños más elegantes y una inspiración en apogeo al pop art. Sorprende los detalles de los polkadots, ya que en vez de ser estampaciones como en muchos casos ocurre, esta vez se trata de perforaciones en la propia piel del bolso, dejando a la imaginación un libre y divertido juego visual con los colores del forro interior.



Figura 652. Bolsos de Marni 2013.

El maquillador Andrew Gallimore para la revista *Vogue* Japón (Marzo 2013) también se inspira en Roy a la hora de presentar su creación.



Figura 653. Dos de las modelos maquilladas de Andrew Gallimore para *Vogue* Japón 2013.

El tema de la colección otoño-invierno 2014 de Red Valentino, está basado en la figura de Blanca Nieves y su mezcla con el pop art⁸⁴¹. Un giro en la propuesta de la marca hacia tonos más irónicos e infantiles, nos traslada a una estética más kitsch y romántico tipo cuento de hadas.



Figura 654. Diseños de la colección otoño-invierno 2014 de Red Valentino.

⁸⁴¹ 20 maneras de conseguir un look Blancanieves. http://fashionisima.es/tag/nyfw_f14



Figura 655. Colección otoño-invierno 2014 de Versace con fondo de la obra de Roy Lichtenstein.

En 2014, el británico Philip Colbert creó una colección única, audaz inspirada en la obra de artistas destacados. Entre sus propuestas se encuentra la famosa *Fuente* de Marcel Duchamp de 1917 y trajes inspirados en las obras de Salvador Dalí, Andy Warhol, Roy Lichtenstein.



Figura 656. Colección de Philip Colbert 2014. Figura 657. Vestido inspirado en la escultura de Lichtenstein de Philip Colbert 2014.

4.10.2.2. ANDY WARHOL

Otro de los iconos de gran trascendencia en este movimiento fue Andy Warhol, quien sin duda es el máximo exponente de una cultura rica en superposiciones, en colores y en interpretar de manera directa o indirecta el hastío del mundo real. ¿Los temas? el materialismo, la manipulación política, la explotación económica, el consumismo desmedido y el fanatismo de los medios de comunicación. Los primeros cuadros y obras de Warhol a primera vista pueden verse simples, no obstante, debido a la simplicidad no sólo gozan de un alto grado de impacto visual sino que además poseen el extraño poder de proyectar significados extraordinarios por medio de asociaciones mentales. Al principio su arte fue un poco criticado por ser repetitivo y “sin sentido” pero con el paso del tiempo y el ambiente psico-social, las colecciones poco a poco tomaron un nombre y un alto reconocimiento por parte de los mejores coleccionistas y apreciadores del arte.

Warhol reflejaba directamente usos y abusos culturales mayores, remarcando hasta llegar a lo absurdo, la falta completa de compromiso emocional que observaba a su alrededor. Como artista, sensible y observador de cada detalle que se presentaba, trataba de interpretar y dar a conocer su punto de vista de los objetos y los personajes más significativos de la época. Ya que además de emplear imágenes derivadas de la cultura popular a fin de presentar una crítica de la sociedad contemporánea, Warhol también emprendió ataques contra el arte y los “valores” que habían aportado otros artistas. Su impulso por manipular objetos y figuras de personajes logró ponernos frente a las contradicciones y frivolidades del arte, la cultura y el entretenimiento contemporáneo.

Las obras más famosas en cuestión de objetos sin duda fueron la Sopa Campbells y las botellas de Coca Cola. Mientras fue pasando el tiempo y por cuestión evolutiva, Warhol decidió comenzar a explorar nuevas facetas dentro de su mismo arte, realizando cuadros inspirados en como diría su amiga e impulsora, la galerista Muriel Latow, fueran sus

dos pasiones: el dinero y la sopa. Posteriormente, decidió retratar a diversas personalidades como Marilyn Monroe (de quien elaboró el primer cuadro post-muerte) Elvis Presley, Mao Tse-Tung, Liz Taylor, Jackie Kennedy, Man Ray, la Reina Elizabeth II y la Reina Ntombi Twala de Swazilandia.



Figura 658. Multi-color. Marilyn Monroe de Warhol 1962.

Uno de los hechos más sobresalientes en la carrera de Warhol y que marcó el comienzo de su reconocimiento en el mundo de la ilustración con la moda, es su trabajo realizado para I. Miller; con una serie de publicidad de zapatos, se abrió paso en el mundo editorial. Conde Nast lo albergó en *Glamour* donde le seguirían otras importantes publicaciones y tras las cuales la popularidad de Warhol se expandiría conquistando poco a poco a Nueva York y atrayendo a sus primeros fanáticos con una colección en la que él mismo demostró su pasión por la literatura, una serie de Truman Capote.

909 Fifth Ave. • 430 Fifth Ave. • 1352 Broadway • White Plains • Atlantic City • Baltimore • Cleveland • Detroit • Philadelphia • Washington • and Rochester, N.Y. (opening in September) • Sales at Abraham & Straus • Hines, Bechtel



Don't go away without a Little Black Silk Shoe! For all its delicate air, this tireless traveler will grace teas, theatres, restaurants from here to Brussels—from now till '59! I. Miller's tapestry-toed black silk crepe, superbly soft, 31.95. Matched handbag, 17.95*. From a Collection of silks by I. Miller, Evins and Ingenue beginning at 19.95. **I. Miller**

*Plus 10% tax

Figura 659. Ilustración de Andy Warhol para I. Miller 1958.

Su predilección por el arte y los nuevos descubrimientos se daban a conocer poco a poco, un claro ejemplo es su adaptación de la *Gioconda* de Da Vinci o las imágenes de unas series que revolucionarían la forma de ver el “arte de guerrilla” la nombrada *Los hombres más buscados* la cual reflejaba los rostros de asesinos, violadores o ladrones que en opinión de Warhol, importaban poco a la sociedad o *Señoras y señores* retratos de travesti. Las campañas políticas y sus nuevos personajes también aprovechaban el éxito que tenía como artista para pedirle la elaboración de la publicidad expandiendo su arte a campañas del famoso “Chanel No. 5” e inclusive las relativas a Walt Disney. La serie de *Autorretratos* sin duda alguna fueron y seguirán siendo parte de la memoria colectiva del arte contemporáneo más importante e influyente de las nuevas eras, el cual y en relación con la moda, ha tenido una gran influencia en colecciones, pasarelas,

materiales y accesorios que visten varias temporadas de los más prestigiosos desfiles y *Fashion Week* en el mundo.



Figura 660. Campaña realizada por Warhol en 1959. Publicidad para Walt Disney.

Pasamos a ver con detenimiento la influencia del artista en las pasarelas. Empezaremos con el homenaje que el modisto francés Christian Dior le hizo en su colección invierno 2013/2014. Una serie de diseños que Andy Warhol pintó en 1955 se convierten en el motivo principal de la colección otoño-invierno 2013-2014 de Raf Simons para Dior. Aquella colección de libros con ilustraciones de zapatos y frases impresas relacionadas con el mundo de la moda pueblan ahora prendas de vestir y complementos. Un homenaje al artista pop y a los bolsos y carteras que se hicieron populares a mediados de los noventa gracias al regalo que la mujer de Chirac hizo a la princesa Diana de Gales cuando ésta visitó París, en el año 1995, con motivo de la exposición de Cézanne en el Grand Palais⁸⁴².

⁸⁴² Rámirez, Ana. Dior crea el bolso Warhol. Publicado en <http://fueradeserie.expansion.com/2013/07/31/moda/1375264767.html> 2013



Figura 661. Varios de los diseños de la colección otoño-invierno 2013 de Raf Simons para Dior.

Conceptualización y modernización son las bases sobre las que se sustentan las propuestas realizadas por Simons para Dior, mágicos diseños que funden de manera única el arte y la moda, con prendas y accesorios que se convierten en un auténtico cuaderno de inspiración. Asimetrías, yuxtaposiciones, siluetas cambiantes y reiterados grafismos de Warhol, bordados en vestidos e impresos en los bolsos *Lady Dior* y

Diorissimo, transmiten esa idea de la “libre asociación” tan propia del surrealismo y fundamental en esta serie artística. Para Raf Simons, quien afirmó estar muy interesado en la delicadeza y sensibilidad del trabajo del artista, *Warhol era una elección obvia. La idea de dibujar a mano, como una firma personal, fue la idea principal para llevar a cabo esta colección*⁸⁴³.

⁸⁴³ Diana Muñoz. *Warhol se viste de Dior*. <http://www.malatintamagazine.com/>

4.1.8.3. GIANNI VERSACE Y EL ARTE

*Reggio es el reino donde dio comienzo la fábula de mi vida: la sastrería de mi madre, la boutique de alta moda. El lugar donde, desde pequeño, empecé a apreciar la Iliada, la Odisea, la Eneida, donde empecé a respirar el arte de la Magna Grecia.*⁸⁴⁴

Resulta difícil resumir las influencias artísticas que confluyen en el estilo creado por Versace. En líneas generales se reconoce la pasión del modista por la cultura grecolatina, el arte bizantino, el Renacimiento, lo Barroco, el Neoclasicismo, el *art déco* y todo el Arte Contemporáneo, incluyendo, como no, la cultura popular americana. Todo ello acompañado de una estrecha relación con las artes escénicas (teatro, danza y ópera) en las que participó durante toda su carrera como diseñador de vestuario. Desde las primeras colecciones, las formas del arte clásico griego y romano están presentes en sus diseños. Uno de los rasgos definitorios de la escultura de ese período de la Historia del Arte, especialmente del estilo helenístico, es el tratamiento que recibe la indumentaria. Los pliegues y drapeados característicos de mantos y túnicas tienen un papel protagonista, fundiéndose muchas veces con el cuerpo en un intento por mostrar la fisonomía de las figuras sin desnudarlas. Este arte de dominar la caída del tejido sobre el cuerpo femenino, arte en el que son maestros tanto Fidias, el gran escultor del clasicismo ateniense, como Vionnet, fue revitalizado por Versace en su búsqueda incansable de nuevos efectos de drapeado. Por ejemplo, ejecutándolos con tejidos metálicos para lograr resultados de una tensión dinámica nunca antes vista en la moda. Además, el amplio abanico de motivos decorativos desarrollados en la Antigüedad, así como sus múltiples reinterpretaciones posteriores, es otro de los *leit motiv* de la obra de

⁸⁴⁴ Serrano. Ana.M. Artículo Del arte grecolatino al pop art americano. Periódico ABC. 13 de julio de 2012.

Versace. Grecas, guirnaldas y palmetas, amorfos, atlantes y cariátides, así como la legendaria cabeza de Medusa, icono identificativo de la casa Versace, aparecen a lo largo de la carrera del diseñador sometidos a su estética inconfundible⁸⁴⁵.



Figura 662. Icono de la casa Versace.

La riqueza decorativa y el brillo deslumbrante del arte musivario bizantino fueron otro de los referentes del diseñador. Se ha dicho que de la misma manera que los mosaicos de Rávena aligeran visualmente la pesadez tectónica de los templos bizantinos, los mencionados tejidos metálicos del modista, que se construyen mediante pequeñas placas similares a las teselas, muestran esa paradoja visual entre la pesadez propia del metal y la ligereza del efecto visual. Más allá de esta consideración, la referencia a motivos bizantinos, especialmente la cruz griega en su versión más ornamentada, es otro recurso habitual en las decoraciones de los diseños de Versace. En cuanto al Renacimiento italiano, puede decirse que ejerció en su moda una influencia más conceptual que formal. Es la fantasía y exuberancia humanística lo que encontramos como eco de este período histórico. Si la moda italiana reconquista en el siglo XX el

⁸⁴⁵ Catálogo 15 años sin Gianni, homenaje a Gianni Versace. 2012.

papel primordial que había tenido en Europa durante el Quattrocento y el Cinquecento, de alguna forma el espíritu renacentista revivió de manera especial en la vida y en la obra de Versace⁸⁴⁶. El desenfado cromático (en la línea de la propuesta epatante de Pucci) y el gusto por los terciopelos y las pieles son los rasgos formales más reconocibles de este paralelismo. Avanzado el Renacimiento, la moda se ve fuertemente influida por la indumentaria militar y el negro español acaba por imponerse como norma en toda Europa. También esta referencia es rastreable en la propuesta del calabrés, ya desde sus inicios y especialmente en el campo del diseño para hombre. Aunque suele identificarse el estilo de Versace con el Barroco, no es posible concretar formalmente la relación del diseñador con la estética del período. Lo cierto es que en Versace no se encuentran elementos tomados directamente de aquel arte grandilocuente, pero sí existe un sentimiento similar: la monumentalidad, el gusto por lo espectacular, las formas orgánicas y el abigarramiento decorativo son algunas características comunes a ambas estéticas. Más sencillo resulta reconocer la influencia del Neoclasicismo. Los objetos decorativos de su línea *Home Signature* son un claro ejemplo de esta inspiración. Por lo demás, toda la moda pensada por Versace, especialmente desde finales de los años 80, está impregnada por esa reinterpretación de lo grecolatino que se fraguó en la Francia del siglo XVIII. El decorativismo neoclásico, elegante depuración de las formas de la antigüedad, aparece una y otra vez. Por ejemplo, en los fastuosos estampados *a candelieri* dorado, que son una de las marcas de identidad de la casa. E igualmente habituales son las referencias a los vestidos de corte imperio que marcaron la moda en torno a 1800. También es evidente el influjo del *art déco*: si la moda de los años veinte y treinta es la referencia más directa en la obra de Versace, parece coherente que exista también una importante presencia de esa derivación estilizada y geometrizable de los modernismos de finales del siglo XIX y principios del XX. Del

⁸⁴⁶ Ibidem.

arte del siglo pasado, el diseñador tomó sucesivamente elementos procedentes de las fuentes más diversas. Sus vestidos han reproducido motivos de Sonia Delaunay, Roy Lichtenstein y Andy Warhol; de Barnett Newman, Jim Dine y Alexander Calder.



Figura 663. Vestido Versace inspirado en Sonia Delaunay.



Figura 664. Pantalones de Versace inspirados en Lichtenstein.

Versace rinde homenaje a sus artistas plásticos predilectos llevando a cabo una operación de reinterpretación y adecuación del motivo al nuevo soporte. Así, los motivos órficos de Delaunay, modista ella también, ven su fuerza implementada al aparecer en Versace bordados con pedrerías; el ascetismo formal de Newman permite conjugar sus abstracciones con cristales Swarovski para enfatizar el misticismo del pintor y los móviles del escultor estadounidense Calder son representados con tejidos superpuestos, en busca del movimiento que obsesionó al escultor americano. Y en este punto, arte y cultura popular se dan la mano.

Por supuesto es Warhol, referente ineludible para Versace, el que más radicalmente plantea esta afrenta definitiva al concepto europeo de la alta cultura. Y, lógicamente, será la propia cultura popular americana, con el cine y el cómic, el rock&roll y la fama televisada, el último pero no el menos importante de los influjos que han sostenido la coherencia interna de la obra de Versace.





Figura 665. Varios de los diseños realizados por Versace en homenaje a Warhol 1991.

Versace presenta su colección más dispar en años, con una recta final bañada en colores a modo de interpretación warholiana de algunos de los retratos más famosos del artista.



Figura 666. Diseños de Versace 2013.

Del cine y el comic toma el sentido de lo espectacular, la grandilocuencia como forma retórica que se puede apreciar no solo en los momentos finales de sus desfiles, cuando el lujo más fantasioso sale a relucir, sino también en ese fenómeno por él promovido que fue el de las top models. Más que vestales o musas del celuloide, las súper modelos de principios de los noventa parecen personajes sacados de un cómic de Stan Lee, el creador de Spiderman. Perfectas y desmesuradas, vestidas con conjuntos monocromos que hacen pensar en los tebeos a cuatro tintas que reproducía Lichtenstein, las modelos más famosas de la historia no dejan de ser también una ocurrencia tomada del arte. En torno a ellas y Versace, todo se articuló como un gran espectáculo en el que tuvieron cabida las manifestaciones populares contemporáneas que han convertido a los Estados Unidos en el punto de mira del mundo mediático. Para poner fin a este sucinto repaso a la presencia del arte en la obra del modista, hay que mencionar la influencia que recibió de las artes escénicas. Desde muy pronto, y principalmente de la mano de Maurice Béjart, Versace participó en numerosas producciones, ballet sobre todo. Aquí encontró un terreno propicio para dar rienda suelta a su fantasía y verter de forma más evidente, menos constreñida por las necesidades propias de la moda, todos esos influjos culturales que acabamos de mencionar. Así mismo, el sentido de la escena aprendido con estos trabajos se fue trasladando a sus desfiles, dando lugar a algunas de las presentaciones más memorables de la moda reciente y, en general, a ese concepto del espectáculo que le ha convertido en el modista más famoso de finales del siglo XX.

Otro de los iconos de la moda el francés Jean Charles de Castebajac, conocido el “Rey de la Caricatura” de la moda, gracias a su legendaria sensibilidad pop, que comenzó cuando diseñó un abrigo para John Lennon. Desde entonces, este hombre de más de sesenta años, ha sido responsable de colocar el entusiasmo en el look de Farrah Fawcett en “*Charlie's Angels*” en la década de los setenta y perfeccionar su colección kitsch y

postmoderna en un tiempo donde sus contemporáneos afines Zandra Rhodes y Malcolm McLaren gobernaban las principales calles británicas. (Y esto fue mucho antes de que Lady Gaga usara su abrigo de peluche de juguete de la Rana René).



Figura 667. Una de las creaciones de Castelbajac de su colección otoño-invierno 2009- 2010.



Figura 668. Vestidos de Jean-Charles de Castelbajac de la colección otoño/invierno 2009-2010.



Figura 669. Vestidos de Jean-Charles de Castelbajac de la colección otoño/invierno 2009-2010.

Desde que Rei Kawakubo creara su marca en 1969, la constante de *Comme des Garçons* ha sido poner patas arriba cualquier tipo de convención acerca de los cánones de género, belleza o costura en la industria de la moda. Desembarcó en París por primera vez en 1981 con una colección de vestidos negros desestructurados y desde entonces no ha habido forma de apearse a la marca de lo más alto de la pasarela. En la actualidad *Comme des Garçons* cuenta con doce líneas de productos y con una bien nutrida gama de perfumes, Kawakubo es la responsable de uno de los grandes bastiones de la vanguardia y el diseño de la vieja Europa, la tienda Dover Street Market de Londres. Menuda, cerebral y muy escueta en palabras, es alérgica a las convenciones que rigen el mundo de la moda -el ejemplo más claro: sus Guerrilla Stores o tiendas efímeras fuera del circuito comercial- y sus colecciones suelen estar más cerca de la teoría que de la superficialidad de las tendencias.

En 2013 realizó una colección dedicada al artista pop Andy Warhol. La colección de camisetas, calzado y accesorios utiliza impresiones e imágenes creadas originalmente por uno de los artistas plásticos más representativos del siglo XX. *Creo que Warhol y Comme des Garçons tienen muchas cosas en común, trabajamos sin fronteras y límites.* comentó Adrian Joffe al *Telegraph*.



Figura 670. Diseños de las camisetas realizadas por Kawakubo en 2013.

Moschino de la mano del diseñador Jeremy Scott, que ya había sorprendido por su línea de accesorios en colaboración con Miley Cyrus, presentó en Milán su colección primavera-verano 2015 inspirada en la irónica muñeca Barbie. Las modelos irrumpieron en la pasarela de la Semana de la Moda de Milán luciendo como la muñeca más famosa del mundo y usando algunos atuendos inspirados en ella. Modelos con pelos platinados y mucho “rosado barbie” llamaron la atención en la pasarela. Además, resaltaron otros colores chillones como el verde, el amarillo y el anaranjado.



Figura 671. Diseños de Moschino colección primavera-verano 2015.

A lo largo de este recorrido por las vanguardias hemos visto cómo a través de estos movimientos, se han ido sucediendo una serie de movimientos cuya presencia e influencias han sido relacionadas con algunas de las producciones artísticas del mundo de la moda. Se han sucedido una serie de corrientes que fundan sus raíces en manifiestos, en los cuales se configuran las bases de cada movimiento. Todas las características allí presentes son las que conforman identidades en el arte de vanguardia, cada movimiento en sí establece los pilares sobre las que las diversas identidades se

confeccionan, éstas han sido trasladadas a las creaciones de los diseñadores presentadas, confiriéndole así a estas creaciones un lugar en el espacio del arte.

Estos movimientos que se suceden vertiginosamente a finales del siglo XIX y en la primera mitad del siglo XX, tienen en común la presencia insospechada del autor en la obra. Rastro que pone de manifiesto la inscripción de un artista en un movimiento determinado. No obstante, el artista imprime en sus obras una huella personal que lo diferencia de los demás, proporcionándole una identidad propia, única. De manera, que existe un doble momento identificatorio, en una primera instancia el artista se identifica con una vanguardia determinada, identificación que tendrá que ver con un momento histórico y con los ideales que comparte éste con los miembros del grupo. Y un segundo momento, en el cual el artista se diferencia, dentro del mismo movimiento, de las producciones de los demás que comparten esa vanguardia. Un artista que produce dentro de un contexto futurista difícilmente forme parte del surrealismo, primero por una cuestión temporal, y segundo porque el marco de identificación tanto artístico como político varían considerablemente el uno del otro. A su vez, Magritte no es Dalí, ni Boccioni es Balla, aunque pertenezcan al mismo *ismo*.

Trasladando esto al marco de la moda, podemos apreciar que son muchos los diseñadores cuyas creaciones están presentes en varios movimientos como pueden ser el caso de Yves Saint Laurent, Galliano, McQueen, Margiela, etc. Esto demuestra que estas personalidades se mueven entre los diferentes movimientos concretamente en búsqueda de inspiración y de experimentación. Más que el sentimiento de pertenencia a un u otro movimiento lo que realizan son homenajes a obras o movimientos artísticos conocidos a nivel mundial, utilizando las distintas estéticas y adaptándolas a su propio lenguaje.

En otros casos como pueden ser Schiaparelli, Kawakuwo o el caso de la española Agatha Ruiz de la Prada que se asientan y se identifican con un determinado movimiento, absorben la filosofía de éste y la proyectan en sus obras.

No olvidamos que también existen otros casos como el de Balenciaga y Dior que elevan a arte sus creaciones de Alta Costura por su buen hacer con la aguja.

Se podría entrar así en una curiosa comparativa entre autores y diseñadores, movimientos e influencias, relaciones y diálogos que son el centro de nuestra investigación. Unos como otros son ejemplos y voluntades de acercar el arte y la moda a la vida. Muchas obras que han nacido de estos movimientos han proporcionado nuevas e infinitas posibilidades de discurso a lo largo de la historia, la apropiación, la atribución que desde el discurso del arte se desprende, han estado presentes en movimientos como el pop art, el minimalismo y el arte conceptual. El diseñador confecciona sus propias citas, sus propias apropiaciones, reformulaciones, su obra condensa discursos pasados, presentes de un todo, como si de un diorama se tratase.

CONCLUSIONES

El arte ha sido y sigue siendo hasta la fecha, el instrumento básico para que la conciencia humana se desarrolle y no se atrofie el espíritu. Se cree que es necesario para la vida, para reflejar aspectos esenciales de la existencia en los que se debe reflexionar; por medio de las artes el hombre ha podido comprender la esencia y la naturaleza de las cosas, además de poder desarrollar sus sentidos sensoriales y mostrarlos. Como dice Herbert Read⁸⁴⁷, el arte no intenta representar toda la realidad como un todo, ni todas las apariencias, al contrario, recoge lo significativo de las experiencias humanas para proyectar sentimientos en distintos niveles por medio de formas significativas y de símbolos, siendo el instrumento esencial en el desarrollo de la conciencia humana.

■ La moda la hemos trabajado desde un prisma artístico, al igual que el arte, nace de una idea inicial que se convertirá en una forma de expresión que refleja aspectos esenciales de la existencia. La moda como imagen no solamente comunica la forma visible de nuestras intenciones, sino que en la vida cotidiana, el vestir, es la manera por la cual somos interpretados e interpretamos a los demás, por lo tanto la moda es un testigo veraz y expresivo de las transformaciones en las distintas formas de vida. La moda por consiguiente, es parte de la cultura y parte del pensamiento que se producen en el cuerpo social a lo largo de la historia.

⁸⁴⁷ Read, Herbert. (1995). *El arte de la escultura*. (Conferencias A. W. Mellow sobre las Bellas Artes, 1954. Galería Nacional de Arte Washington).

Nuestra principal hipótesis defiende que la moda y muy especialmente la Alta Costura se entienden como un proceso interdisciplinar cuyo componente creativo, desarrollo y puesta en escena hace que ascienda a la categoría de disciplina artística.

■ La moda es el concepto del arte pensado para la vestimenta. En la Alta Costura se establecen algunos de los principios fundamentales que caracterizan y definen los rasgos creativos de la moda como los característicos de una disciplina artística: la autoría, una intencionalidad artística, la identidad entre forma y contenido de la obra, la multiplicidad, un desarrollo espacial y temporal, una agrupación de elementos y un carácter interactivo con el sujeto receptor de la obra. La Alta Costura ha sido la del modelo único y el genio del creador... La orientación del modelo hacia la obra de arte, la pieza única, irrepetible, realizada con los mejores materiales, transfiriéndole unos mensajes que después llegarán a su público a través de su particular lenguaje, culto y refinado, pieza conseguida tras miles de horas de trabajo, como fue el caso del vestido de Alta Costura realizado por la diseñadora china Guo Pei para la cantante Rihanna, exhibido en la gala anual del Museo Metropolitano de Nueva York en 2015. El diseño cuenta con un trabajo de taller de 50.000 horas (esta diseñadora dedicó dos años a su confección)⁸⁴⁸. La moda es sociología, psicología, es el espacio de experimentación, y, cuenta con la capacidad de sorprender y de crear una experiencia incomparable al igual que el arte.

■ Después de someter el tema a análisis, el resultado, el vestido de la alta moda puede ser tanto una prenda exclusiva como objeto plástico digno de admiración. Trabajo conjunto entre los artistas plásticos y el diseñador de moda, en el que los lenguajes respectivos se articulan y aúnan para crear un vestido que consideramos que es en sí

⁸⁴⁸ Artículo publicado por John Sudworth para BBC Pekín el 5 de julio del 2015. http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/07/150629_china_moda_rihanna_guo_pei_finde_wbm

mismo una obra de arte. Siguiendo esta línea, se puede por tanto afirmar que la Alta Costura, en cuanto a su faceta plástica y su enunciado artístico (de la intención creadora de un artista, el modisto), se trata de una expresión artística. En muchos casos, las creaciones de los diseñadores son componentes culturales, decorativos, con los cuales podemos hablar de nuestra personalidad. Y es que cuando los diseñadores deciden dejarse llevar por la atracción del arte, tratan de ir más allá de la mera representación mecánica de la realidad, aplicando un lenguaje que busca alcanzar nuevos hitos desde sus propias leyes.

■ En la Alta Costura los vestidos no son solamente una imagen, los vestidos son materia, trabajados con luz y color, gozan de una estructura y proporción a la que acompañan unas líneas, unos volúmenes, unas texturas, elementos que unidos transforman el vestido en una pieza que habla por sí misma, propietarias de un *savoir faire* único que nos invita a soñar con obras de arte hechas vestidos.

■ Las distintas prendas realizadas por la gran mayoría de los diseñadores seleccionados han sido concebidas como piezas artísticas y, por eso, si se ha defendido el arte como vehículo transmisor de ideas, la moda es, a su vez comunicación. Tenemos pues que el diseñador es el artista, el que genera ideas que, plasmadas en la tela, nos transmiten algo. Coincidimos con una afirmación del célebre fotógrafo de moda Bill Cunningham cuando define a la moda como “wearable art”⁸⁴⁹ (Arte de llevar, arte usable). Es por esto que damos respuesta a una de nuestras principales hipótesis planteando que los diseñadores realizan una búsqueda de la sensibilidad, de la libertad y del valor en la moda que ha sido durante siglos y sigue siendo la búsqueda que se realiza desde el campo de las artes. El diseñador también busca al igual que el artista la sensibilidad y la libertad de la “no función” adoptando terminologías del arte, lo cual hace que la moda

⁸⁴⁹ Batchellí, Guillem. Artículo 21 de noviembre 2014, revista online Pretamagazine. *¿Por qué la moda comunica?*

responda ante todo a unas necesidades humanas, habiendo iniciado así un nuevo régimen de creación y difusión de moda. Desde la Alta Costura se empiezan a producir obras cuya finalidad no son funcionales, con un interés claramente estético haciendo del objeto (vestido o complemento) un objeto de admiración único. Desde esta posición, un modelo puede tratarse como a una escultura a la que uno puede rodear, acercarse y casi tocar para apreciar los detalles, los tejidos, los cortes, los accesorios, pudiendo casi imaginar que lo lleva puesto. La diseñadora española Amaya Arzuaga opina que los museos son un entorno perfecto para una exposición de moda porque ofrecen la posibilidad de dar a cada modelo su propio espacio.

■ Interrogarse sobre el mundo y sus códigos, algo presente en el proceso creativo de un artista, también es lo que hacen los diseñadores que en algún momento fueron y son libres de ponerse sus propios límites, lejos de los grandes conglomerados que priorizan el marketing. Con mayor espacio para la experimentación, muchos concibieron sus creaciones en una suerte de laboratorio. Fortuny creó el *Delphos*, Chanel el traje *Tweed*, Balenciaga el *vestido saco*, Capucci el *vestido escultórico*, Gaultier inventó el *tutú* para la ciudad, reinventó el corsé y la marinera. Gaultier al contrario que otros, no cree que es artista, pero en nuestra opinión la imaginación de estos diseñadores pertenece al mundo del arte. El medio no es tan importante, lo esencial es el contenido y la innovación dentro del mensaje.

■ El diálogo de la moda con el arte no solamente se vio influenciado por la aparición de la Alta Costura a mediados del siglo XIX sino también la aparición de las Vanguardias artísticas como período, hará si cabe más posible el diálogo entre la innovación y la forma de difusión de la moda. Relación y orden que perduran en la sociedad moderna en continuo diálogo, fusionándose y creando un mismo espacio donde actúan los distintos

mecanismos de la esfera artística formada por ambas disciplinas, generando así una amplia zona de uso común. Con la aparición de la Alta Costura y las Vanguardias, además de la incorporación del *Prêt à porter* se vaticina el final del dirigismo disciplinario de la apariencia y la aparición de la multiplicidad estética. Ya no hay una sola moda, sino “una multiplicidad de modas” igualmente legítimas.

Nuestra sociedad, que pocos dudan ya en calificar, con las debidas cautelas, de posmoderna, ha hecho que la moda coincida tendencialmente en un mismo punto con el devenir de las artes. No ha sido ella quien -como el cine o la fotografía- pretendiese encaramarse al pedestal del arte, sino sus continuos escarceos con el arte y el acercamiento del propio arte la han convertido en paradigma de su propio destino.

■ En las artes visuales, específicamente en los artistas y diseñadores que trabajan con indumentaria y textil, se ha encontrado el paradigma de esta forma estética de creación y de confección a la que se hace referencia a lo largo de la investigación. Es por esto que se ha trabajado con varios artistas y se ha seleccionado a aquéllos que por su buen hacer, su imaginación, su sensibilidad e imaginación nos han transportado con sus creaciones a un mundo totalmente artístico, que con mucha admiración hemos logrado interpretar. El estudio de estas obras nos ha llevado a entender la experiencia estética desde otra perspectiva, como una experiencia de empatía. Comprender la experiencia cotidiana que nos generan las prendas desde un escaparate, un desfile de moda, o un museo, como la intención de *ponerse en el lugar de...*, hace reflexionar sobre la experiencia estética actual. Por lo tanto la empatía opera como el puente de experiencia y comprensión de la pieza. La investigación poco a poco ha ido desvelando la importancia de las posibilidades de creación y expresión que tiene el campo de la moda y muy especialmente como hemos dicho anteriormente la Alta Costura.

■ De este modo el espectador se enfrenta a un escenario plural donde los lenguajes de la moda y el arte se sustentan en sintonía, de tal manera que la singularidad artística que destilan los diseños empatizan con lienzos, fotografías, esculturas o instalaciones de valor.

Entre una aguja y un pincel no hay tanta diferencia como podríamos pensar. A pesar que la primera pincha y el segundo acaricia, ambos son instrumentos de creación para los artistas, herramientas para plasmar sobre una tela sentimientos, vivencias, miedos, ilusiones, recuerdos...

Esto es un punto de partida que se puede confirmar con un Jesús del Pozo, quién se convirtió en 1998 en el primer diseñador en recibir Medalla de Oro al Mérito en Bellas Artes, premio aceptado por la élite cultural museística. De esta forma los diseñadores de moda representan la figura de un artista que busca en su interior para, con imaginación y conocimiento, salir a escena con una actitud renovadora. Esto también se ve apoyado por la tesis realizada por Luis Casablanca Migueles en la Universidad de Granada, donde tras años de investigación demuestra y eleva la producción y creación de Del Pozo a disciplina artística.

Existe también un usuario, consumidor que busca una perfección efímera, ornamentada con vestidos cargados de un fuerte simbolismo que potencian si cabe más el propio significado de arte y al propio individuo diferenciándolo así de los demás. Se hace necesaria pues, una nueva substancialización casi de raíces ontológicas -para el hombre tanto como para sus creaciones-, un nuevo peso significativo, que sea capaz de superar la obsolescencia acelerada de la lógica de la Moda.

■ Y, es que los creadores de moda siempre han buscado y buscan tener el aval del sector del arte y los desfiles convocan hoy a artistas para que sus escenografías se parezcan a

verdaderas instalaciones artísticas. El arte ha concedido a lo largo de la historia y concede actualmente valores añadidos a la moda independientemente a todas las cuestiones y contemplaciones estéticas, aporta posición social y crea diferencia, a su vez, también en la actualidad propone un entorno estético al consumo, se ofrece como escenario para los negocios. Por otro lado el arte contemporáneo autosuprime su especificidad para constituirse en experiencia integral indiscernible de la propia vida, de la acción humana. Esto le ha legado a la moda cierto aspecto curatorial, esa manera experimental y audaz en que la moda entra al museo, muchas veces con el apoyo institucional de colecciones y el económico de la industria de la moda.

Esto nos hace llegar a la siguiente conclusión:

■ Los museos examinan los diseños de moda como artefactos culturales que pueden ser tan bellos, complejos y significantes históricos como las pinturas o esculturas. Nadie duda que en las últimas décadas la moda ha penetrado en la cultura popular gracias a las aplicaciones y redes sociales que hacen que cada vez más personas advirtieran a los diseñadores como personajes más allá de sus creaciones, y comenzaran a compartir imágenes de sí mismos y sus estilos.

La investigación ha supuesto y sigue suponiendo diferentes retos conceptuales y teóricos, no creemos poder llegar a conclusiones definitivas, de ser así estas serían inconclusas, ya que el tema es amplio y tan actual que la mínima distancia que se toma de él ya genera nuevas aportaciones. Pero lo importante de esta investigación es demostrar como la moda y en especial la Alta Costura permite un nuevo modelo de lectura que la acerca y la compara con una disciplina artística. La moda comunica, es expresión de la persona, de la esencia de cada uno.

La cuestión de si la moda es arte, es un debate que actualmente sigue abierto e inconcluso, existen muchas y muy distintas opiniones que la elevan a categoría de arte y también detractores de esta afirmación pero lo que sí se puede afirmar que es considerada por la gran mayoría como una expresión del arte e invita a ser analizada con esbozos artísticos como hemos demostrado con nuestro modelo.

Se ha realizado una convivencia de diálogo entre ambas disciplinas, además de todas las aportaciones que han generado ambas materias en el campo psicológico, sociológico y semiótico existentes sobre la indumentaria, especialmente se ha realizado y se ha puesto más hincapié en resaltar esta mirada artística y estética de la moda. Intentando así entender el fenómeno como un lenguaje estético que genera un tipo de conocimiento a través de la sensibilidad portante y un significado integrado a través del vestido como soporte de intervención.

Para ello se ha asumido la indumentaria, el vestido y sus complementos como una forma simbólica asumida desde el programa sónico de Pierce. El análisis semiótico que se ha realizado sobre la imagen de moda nos ayuda a entender más sobre la simbología y el significado que pasa desapercibido en el discurso narrativo. Hemos dividido este proceso de lectura y análisis en tres fases: la primeridad, la segundidad y la terceridad.

Estos tres momentos de la filosofía periana construyen todo el proceso de creación e interpretación de la pieza. A través de una combinatoria de elementos y sus relaciones de sentido se ha podido analizar los distintos elementos narrativos que construyen la prenda o el vestido. Elementos, que por otro lado se han comparado a los utilizados en el análisis de una obra artística, estando muchos de ellos presentes en el análisis de ambas disciplinas; formas, color, líneas, contenidos, texturas, etc. En tercer y último lugar hemos tratado el tema de la percepción visual y la interpretación del receptor,

gracias a las rejillas y clasificaciones creadas el receptor puede dar valor a esa forma creada por el diseñador y aplicarle una integración estética según su experiencia y memoria visual. De esta forma y con las 18 muestras analizadas, la intención es ayudarnos a deducir los mensajes que se dan cita en otros vestidos o complementos de moda en su relación y guiños con las artes.

La Alta Costura se transforma en soporte de experimentación y vehículo para transmitir un mensaje del mismo modo que se expresa a través de una pintura, escultura, música, etc. Los vestidos en una armónica interacción con todas las modalidades expresivas del cuerpo que lo complementan y lo resaltan, es un fenómeno comunicativo, un lenguaje visual articulado. La moda se presenta como una de las expresiones artísticas contemporáneas más importantes, se ha nutrido del mundo del arte desde siempre⁸⁵⁰. Desde mediados del siglo XIX, cuando comenzó a ser una industria: surgieron los desfiles, iniciaron su actividad los primeros diseñadores de moda e hicieron su aparición las primeras revistas de moda, como *Harper Bazaar* y *Vogue*. A su vez, en estas revistas especializadas se inició la fotografía de moda, la cual también manifestó la tendencia artística de la moda. En definitiva, el arte ha sido una gran inspiración para el mundo de la moda, tanto para los fotógrafos como para los diseñadores.

Lo que hemos pretendido analizar en este estudio han sido las constantes relaciones y los elementos comunes que se han dado hasta ahora en ambas disciplinas. Este análisis permite vislumbrar que la moda pide a gritos esta elevación a las grandes artes, ascensión merecida en nuestra opinión después de conocer y analizar de cerca el trabajo de muchos diseñadores, las cuales consideramos obras artísticas teniendo en cuenta el trabajo, sus procesos, el valor en sí del acto de creación, la necesidad de expresión y

⁸⁵⁰ Ceccato, Daniela. Artículo *La gran inspiración de la moda: el arte*. Publicado el 17 de octubre del 2014 en su blog: <https://criticaarteymoda.wordpress.com/page/6/>

búsqueda de nuevos horizontes a través de este soporte. Se considera que la Alta Costura desde sus inicios ha sido una expresión máxima de una experiencia lujosa al igual que el arte, incluso ha servido para acercar el arte a lo cotidiano sin dejar de ser un lujo.

Arte y moda en sus diversas ramas, han generado y generan propios circuitos de comercialización y de canonización. Y, aunque a priori como hemos dicho anteriormente no tienen aparentemente los mismos objetivos, sí que comparten una finalidad; la estética y la perfección, la moda intenta conseguir esa aura de la que goza el arte, la existencia irrepetible en el lugar que se encuentra y, aunque esté en continuo cambio ésta última parece conseguir gozar de esta característica de aura por momentos, aunque sean momentos fugaces en contraposición con los valores eternos del arte. La relación entre estos universos, moda y arte, es muy estrecha. Ambos son medios de expresión de gran potencia, que crean objetos no solo bellos, sino también capaces de emocionar. De hecho, la industria de la confección se sitúa en el centro de la creatividad y es el mejor espejo de la sociedad y su cultura. Son mundos que están muy cerca, en ambos hay grandes nombres, imitadores y revolucionarios.

Por otro lado los objetivos planteados en la investigación, se han visto cumplidos con el desarrollo del tema. Gracias a la comparativa visual y al análisis semiótico hemos podido descubrir y describir las relaciones existentes entre el arte y la moda, hemos estudiado su evolución, demostrando como la moda en sí misma puede ser observada como una disciplina artística que confiere a sus creaciones ese valor añadido característico del arte. Gracias a su evolución histórica hemos podido comprender la importancia que han tenido a lo largo de la historia, las transformaciones de la indumentaria considerando así su significado social y estético, al mismo tiempo se ha

conseguido, gracias a la explicación de esta evolución, conocer más de cerca los principales acontecimientos históricos y los movimientos artísticos que hicieron posibles estos cambios en el mundo de la indumentaria y sus adornos.

Gracias al método elaborado hemos conseguido integrar aspectos y elementos de las distintas artes con el devenir de la moda. Hemos mostrado el proceso y las herramientas empleadas en el diseño; textiles, paletas de color, formas, texturas, etcétera. Esto nos ha llevado a conocer de cerca las características del trabajo de cada diseñador elegido en las distintas etapas.

Aunque en muchos momentos nos hallamos sentido retados por la densidad y dificultad del tema, por los apuros suscitados a la hora de encontrar documentación e información, nos hemos dado cuenta que la moda tiene doble cara: una efímera y superficial y otra profunda y sólida. Hemos podido disfrutar del desarrollo de las distintas partes de esta investigación pudiendo defender que las artes en sus distintas ramas (arquitectura, escultura y especialmente pintura), ejercen como mediadoras de las influencias artísticas de la Alta Costura.

.

MUESTREO

Hemos realizado un cuerpo de muestreo de 18 creaciones de los distintos diseñadores, se ha intentado que esta selección sea diversa, tanto por su autor cómo por su forma y mensaje, de tal manera que se han recogido vestidos (muestras) con distintas orientaciones y con determinados criterios estéticos, procurando que la muestra sea representativa. Los autores elegidos son los máximos representantes de la Alta Costura, los diseñadores más conocidos a nivel mundial, de cuya obra se habla en toda la prensa especializada, aquellos cuyas piezas han destacado más tanto por su belleza, originalidad o por su buen hacer. Así pues se presenta Valentino, Dior, Versace, Dolce and Gabbana, Gaultier, Karl Lagerfeld, Viktor & Rolf, Alexander McQueen, Galliano, Margiela, entre otros.

Las creaciones seleccionadas están vinculadas a aquéllos movimientos que hemos tratado durante el desarrollo de la investigación. Por lo tanto se abarcan creaciones inspiradas desde el simbolismo hasta el pop art, pasando por el cubismo, futurismo, surrealismo, el impresionismo, etcétera.

EJEMPLO N°1

SEGUNDIDAD



Vestido esqueleto de Elsa Schiaparelli, colección *Le Cirque*, Alta Costura.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta en X o reloj de arena	Silueta clásica, los hombros quedan alineados con la cadera, el tejido se adapta al cuerpo potenciando las formas de la mujer. Silueta muy sensual. El detalle de relieve acolchonado imitando a la forma de un esqueleto le da un efecto sorpresa a la composición. La silueta en este caso ayuda con su forma a potenciar este elemento.
Proporción y línea	Proporción Presencia de líneas curvas.	Es una pieza que goza de una gran proporción del cuerpo femenino, ajustada, con líneas curvas que dotan de dinamismo a la pieza.
Ritmo	Homogéneo	Es una obra con ritmo, con unidad en los elementos.
Funcionalidad	Funcional	Vestido funcional. Actualmente considerado una obra de arte y un icono. De hecho muchos han sido los diseñadores que han hecho su propia interpretación de esta obra.
Detalles	Adornos acolchados en forma de esqueleto	Apreciamos los importantes detalles de esta pieza que son al mismo tiempo los que dotan de significado a la composición. Reproduce la forma de una espina dorsal y varias costillas con formas acolchadas sobre la pieza de crepe de seda negro.
Color	Negro	Negro. Es la negación de todo color,

		significa la nada, el vacío más absoluto, la certeza de que no hay nada más en definitiva. Es un color que se convierte en un símbolo en la una de las principales temáticas del surrealismo.
Tejidos	Tejido flexible: crepe de seda	Schiaparelli utiliza el crepè de seda en esta pieza, un tejido que se caracteriza por su aspecto granular y la superficie arrugada.
Estampados y adornos	Sin estampado	Carece de estampados.
Materialidad	Si goza de materialidad	Es innegable la materialidad de la que goza esta creación.
Escenografía	Pieza única	No se ha podido conseguir documentación de la presentación de esta colección.
Tipo de desfile	Pieza única	No se cuenta con una información detallada al respecto, lo que sí que se puede afirmar que los desfiles organizados por Schiaparelli gozaban de cierto aire teatral como podemos imaginar.
Actitud de la modelo	Pieza única	
Maquillaje	Pieza única	
Música	Pieza única	

TERCERIDAD



Casa de Moda	Elsa Schiaparelli
País	Italia/Francia
Autor	Elsa Schiaparelli. Como mujer vanguardista, le gustaba la controversia, marcando tendencia y alejándose de los

	convencionalismos, prefiriendo mantenerse cerca de las inclinaciones artísticas. Tuvo influencias varias de los movimientos artísticos del siglo XX, principalmente del surrealismo, con matices tanto del cubismo como del dadaísmo. Fue una diseñadora anticonvencional que supo encontrar en el universo onírico del repertorio surrealista imágenes de su imaginación disparadoras para ser aplicadas en sus diseños. Si hoy en día observa en algún lugar, sombreros con forma de zapato, sillones con forma de labios, vestidos con formas extrañas como esqueletos, espejos, estampas de langostas o pañuelos con estampados de papel de diario, no crea que son cosa de nuestra época. En esta colección Elsa contó con el apoyo del genio surrealista Dalí.
Colección/año	1938. Presenta una colección <i>Le Cirque</i> , abundante en referentes dalinianos: lágrimas, esqueletos y sombreros - tintero.
Genealogía	Alta costura. Surrealismo
B/n-color. Fotografía.	Color.
Soprote	Vestido Surrealista.
Circunstancia	Evento
Carácter	Formal
Nivel interpretativo	Este vestido nos remite de una forma clara a un esqueleto, simboliza la muerte, el vacío, el fin, uno de los principales temas de los surrealistas junto a los sueños y el mundo onírico. La época en la que se encontraban los surrealistas estaban en contra de la moral, ya que con esta se van todos los valores, la razón y se ve como la guerra, la destrucción y la muerte son mucho más fuertes y esta idea se ve clara en las prendas que creo Schiaparelli. Dentro de la <i>Circus Collection</i> el vestido esqueleto fue el más dramático de la muestra. Schiaparelli tomo muy literal la forma de representar al circo pues hasta los botones de algunas prendas tenían motivos del mismo. El acolchado nos produce la ilusión óptica de estar frente a un esqueleto, representando la espina dorsal y las costillas, utilizando la técnica de trapamtojo. Este modelo ha sido imitado por un gran número de diseñadores cuya influencia surrealista no pasa desapercibida, tenemos el caso de Jean Paul Gautier, Mai-Thu Perret (para la Viena de Venecia), y Alexander McQueen. Considerado la materialización del vínculo que une la moda y el surrealismo, las diferentes piezas de esta colección representan claramente el vínculo con el arte que ejerció esta diseñadora en su época.
<p>Característica de la foto, otras fotos de la colección.</p> <p>Plano general, líneas suaves, extrema textura, composición limpia e iluminación fuerte que realza si cabe más la pieza en la composición. Otra pieza importante de la colección es el vestido lágrima.</p>	



Acompaña al vestido, de viscosa, rayón y seda, un velo con apliques. El estampado de “lágrimas” simula pedazos de carne desgarrados, y fue ideado por uno de los máximos representantes del surrealismo, Salvador Dalí, con quien colaboró la genial diseñadora italiana en múltiples ocasiones.

EJEMPLO N°2

SEGUNDIDAD



Vestido con cajones, Christian Dior.1949. Pieza única. Alta Costura.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Siluetas	V invertida	Siluetas muy marcada, adaptada realmente al cuerpo femenino. Con un poquito de anchura en los hombros, dada por los brazos postizos de la pieza. La silueta en V es muy utilizada por los diseñadores ya que ayuda a potenciar la silueta femenina.
Proporción y línea	Proporción Líneas verticales	Vemos un claro ejemplo de proporción, marcando bien las líneas del cuerpo, son las líneas verticales en este caso las que potencian la esbeltez y figura.
Ritmo	Goza de un ritmo dinámico	Pese que la creación de Dior distrae respecto a múltiples elementos usados como son los cajones, los brazos postizos, etc. El global de la obra presenta cierto ritmo y equilibrio.
Funcionalidad	Vestido no funcional	Vestido no funcional.
Detalles	Bordados y abalorios. Otros sin clasificar en la tabla son: Cajones de madera recurso muy utilizado en la obra del genio surrealista. Brazos móviles	Detalles surrealistas como puede ser el uso de cajones salientes de madera abiertos, la ardua labor del encaje que remata la parte final del vestido, los brazos que salen desde los hombros que se transforman en dobles.

Color	Contraste en los tonos	Negro y rojo. Negro como la negación de todo color, significa la nada, el vacío más absoluto, la certeza de que no hay nada más en definitiva. Es un color que se convierte en un símbolo en la una de las principales temáticas del surrealismo. El rojo es un color que simboliza el fuego, en este caso haciendo referencia al cuadro que nos remite de Dalí, <i>La jirafa ardiendo</i> . El rojo evoca sensaciones aparentemente contradictorias.
Tejidos	Tejido flexible. Piel sintética.	Piel sintética un tipo de material textil adaptado para simular piel de animal auténtica. Gran capacidad de flexibilidad y de adaptación al cuerpo. Vemos como incluso en el uso del material hay un cierto simbolismo con la obra de Dalí, donde vemos como arde a lo lejos una jirafa, a la cual no parece afectarle, sin embargo en primer plano vemos a los dos maniquís mareados, danzantes, sin identidad vagando. Hace una alegoría al mundo animal.
Estampados y adornos	Sin estampado	
Materialidad	Si goza de materialidad.	Todo el juego realizado por Dior del uso de cajones y brazos hacen que la sensación sea la de estar frente a una escultura móvil.
Escenografía	Es una pieza única, no ha sido exhibida en pasarela.	
Tipo de desfile	Pieza única.	
Actitud de la modelo	Rígida	
Maquillaje	Maquillaje de día	Natural
Música	Sin música	

TERCERIDAD



Jirafa ardiendo (1937) de Dalí. Vestido con cajones Christian Dior 1949.

Casa de Moda	Christian Dior
País	Francia
Autor	Christian Dior. Una de las amistades más férreas que trabó el pintor catalán fue con un genio francés, el diseñador Christian Dior. Comenzaron su relación profesional y personal a principios de los años 20, cuando Dior era galerista y exponía a menudo las obras de Dalí. La crisis del 29 afectó gravemente el mercado del arte y Dior se vio obligado a cerrar su galería en 1934. Sin embargo, en el 49 el diseñador volvería a hacer un guiño a su amigo, en quien se inspiró para su colección de otoño/invierno
Colección/año	1949.
Genealogía	Alta costura. Surrealismo.
B/n-color. Fotografía.	Color
Soporte	Vestido no funcional
Circunstancia	Expositivo
Carácter	Formal
Nivel interpretativo	En la obra de Dalí vemos un maniquí en el primer plano, de movimientos danzantes, parece caminar sonámbulo y con ciertas dificultades de equilibrio. Ciego y sin rostro, estira las manos hacia adelante tanteando el espacio. Su cuerpo dotado de cajones es un motivo recurrente en la obra daliniana, presente también en la copia de <i>La venus de Milo</i> , concebida por el artista, cuyo original se considera desde hace siglos el prototipo de belleza escultórica clásica. Dior hace un guiño a la obra de su amigo tomando la idea de los cajones del inconsciente utilizándolos para representar en imágenes las teorías psicoanalíticas freudianas que inspiraban al genio catalán. Son muchos los cuadros y objetos de la obra del pintor catalán en los que aparecen estos cajones inspirados

	<p>también en los personajes mueble del pintor barroco italiano Bracelli. Dalí los define como <i>especies de alegorías del psicoanálisis que ilustran esa complacencia a percibir el olor narcisista de cada uno de nuestros cajones</i>”</p> <p>El uso de la piel sintética como material también elude a la obra, refuerza si cabe aún más la esencia de ésta. La pintura está realizada sobre el fondo crepuscular de un paisaje desolado y fantasmal que recuerda a los de Chirico (pintor Italiano 1888-1978). Las figuras principales están trabajadas con una paleta cromática fría, muy similar al fondo, y la única nota de color estalla en el fuego de la jirafa, animal que para el pintor en “el monstruo cósmico apocalíptico masculino”.</p>
<p>Característica de la foto.</p> <p>Pieza única. Plano general, buena composición, luz fuerte dejando a la modelo iluminada.</p>	

EJEMPLO N°3

SEGUNDIDAD

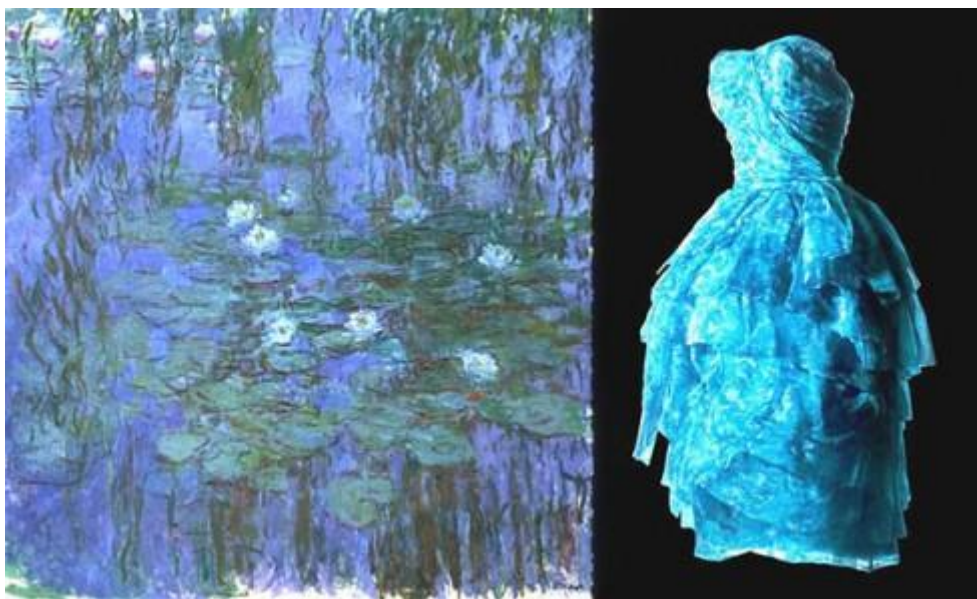


Alta Costura otoño-invierno. Yves Saint Laurent para Dior. 1960.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta A	Vestido de silueta en A, clásica, potencia el cuerpo femenino, sus formas, curvas, ensalzando el pecho. Este vestido imita al modelo tulipa de Dior, realizando su talle.
Proporción y línea	Proporción Líneas verticales con vuelo	Se aprecia una proporción muy trabajada, llena de belleza, estiliza el perfil de la mujer y como si de un molde se tratase construye las curvas del cuerpo femenino. Se observan también líneas verticales que adoptan movimientos curvos, que potencian el volumen y permiten darle caída a la gasa desde la cintura, lo cual se traduce en movimiento y dinamismo.
Ritmo	Homogéneo	Esta creación goza de ritmo, los volantes, las asimetrías y la utilización de líneas curvas en la cadera producen mucho ritmo.
Funcionalidad	Funcionalidad	Vestido de fiesta que puede ser usado para un evento u ocasión especial.
Detalles	Escote palabra de honor	YSL crea unas superposiciones con la gasa en forma de flor y las distribuye de una forma magistral a lo largo de todo el vestido, como si de un nenúfar se tratase.

Color	Tonos fríos	El azul es el color principal en esta pieza. Es el color de la tranquilidad, de la serenidad, de la limpieza.
Tejidos	Tejido flexible. Gasa estampada	El tejido utilizado es una gasa muy fina y muy suave, goza de un estampado degradado. Una tela muy delicada al igual que el nenúfar.
Estampados y adornos	Estampado	El tejido goza de un estampado degradado que nos acerca si cabe más a la sensación de la textura del agua, de su transparencia.
Materialidad	Si goza de materialidad	Tanto por su forma, (efecto creado por la superposición de volantes) y por su estampado, se puede hablar de que esta prenda si que goza de materialidad evocándonos a un nenúfar sobre el agua.
Escenografía	Desconocemos la escenografía donde originalmente se expuso esta pieza. Actualmente esta creación se encuentra expuesta en el Museo que Dior tiene en Grandville.	Erigido en la ciudad que vio nacer al modista y artista francés. Hablamos de una preciosa villa bautizada con el nombre de <i>Les Rhumbs</i> donde Christian Dior vivió los mejores años de su infancia. Una construcción de finales del siglo XIX de estilo Belle Époque desde la cual se avista el océano atlántico y en la que descansan muchas y casi todas las mejores creaciones originales del <i>couturier</i> .
Tipo de desfile	Pieza en exposición	Pieza única
Actitud de la modelo	Pieza en exposición	Pieza única
Maquillaje	Pieza en exposición	Pieza única
Música	Pieza en exposición	Pieza única

TERCERIDAD



Nenúfares de Monet, 1916. Christian Dior (1960).

Casa de Moda	Christian Dior, conocido en el mundo de la moda por su gran relación con la estética impresionista y su gran amor por la naturaleza, que surgió en su infancia. Dior creció en la Villa <i>Les Rhumbs</i> rodeado de un jardín mimado cuidadosamente por su madre, Madeleine, y que se plasmó en sus creaciones.
País	Francia. El impresionismo es un movimiento pictórico francés de finales del siglo XIX que apareció como reacción contra el arte académico. El movimiento impresionista se considera el punto de partida del arte contemporáneo.
Autor	Desde siempre hemos conocido la devoción que tenía Yves Saint Laurent por el arte, por lo que decidió homenajear a Piet Mondrian, Henri Matisse y Picasso creando unos vestidos inspirados en sus obras. En este caso hace un claro homenaje a Monet. Los nenúfares Son representaciones del Jardín de Giverny, lugar donde se instaló Monet con su familia y construyó una finca en 1890. Monet instaló allí un estanque con plantas exóticas que será el modelo de sus famosos nenúfares. Monet los pintó para que quedaran suspendidos (dentro de una estancia circular) de modo que crean el efecto del transcurrir de un día o el de las cuatro estaciones que se desvelan ante los ojos del espectador.
Colección/año	1960. Colección <i>Silhouette de demain</i> (Silueta del mañana)
Genealogía	Alta costura. Impresionista.
B/n-color. Fotografía.	Color.
Soporte	Vestido de fiesta.
Circunstancia	Festividad, celebración o evento especial
Carácter	Formal
Nivel interpretativo	En este diseño, YSL creó a través de la intervención de las telas, los colores y las texturas, las pinceladas que genera Monet en su pintura. Se busca la belleza de la luz, representándola con tejidos casi transparentes, delicados y sutiles. El diseño goza de una posición y actitud delicada, suave, simbolizando una flor en un jardín. Tomando de ellas los colores que transmiten la naturaleza, las formas que se desenlazan a partir de las diferentes temáticas en las pinturas y como principal elemento, las flores. En

	efecto, si su amor por la pintura fue anterior a la que desarrollaría luego por la moda, su pasión por la naturaleza y sus colores -que compartía con los impresionistas- fue la fuente primera que alimentaría a ambos.
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Característica de la foto, otras fotos de la colección.

Pieza expuesta. Plano general, líneas suaves, extrema textura, composición limpia e iluminación suave.



EJEMPLO N°4

SEGUNDIDAD



Yves Saint Laurent. Alta Costura. Pieza no incluida en colección.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Camisa y falda. Silueta en A.	Es una silueta clásica, son los detalles los elementos que dan pistas y evocan a la inspiración.
Proporción y línea	Proporcionado. Líneas rectas.	La proporción está bastante compensada, el vestido se adapta y respeta el cuerpo femenino. Hay líneas curvas que conforman el perfil pero predominan más las líneas rectas en los estampados. Nos encontramos también con los detalles de topitos en la blusa, todos estos elementos le dan a la obra mucho ritmo.
Ritmo	Dinámico	Goza de bastante ritmo. Todas las piezas gozan de un ritmo propio pero al unirlos también crean una unicidad, quizás los puntos, rombos y líneas ayuden a crear este universo en movimiento.
Funcionalidad	Funcional	Vestido de fiesta.
Detalles	Tipo de cuello, los volantes, el lazo, el bordado de la camisa y las	Realmente nos encontramos ante un trabajo muy delicado

	geometrías hacen de los detalles un elemento importante para su análisis.	<p>realizado por el maestro argelino Yves Saint Laurent. La camisa tiene bastantes detalles en el cuello y mangas, volantes que potencian más la figura del arlequín que tanto gustaba a Picasso.</p> <p>En su origen, el traje de Arlequín, nacido visualmente como el prototipo del mendigo harapiento, estaba hecho de retales irregulares de otras ropas, que demostraban su estatus de servidor y esclavo. Con el tiempo, se convirtió en un traje de triángulos multicolores, prevaleciendo el rojo y el verde. Más tarde, en el <i>arlequinadas</i> siglo XVIII, el personaje tomó otras características pasando a ser un amante insidioso, y cuyos parches se convirtieron en cuadros en forma de rombo, de colores muy brillantes. En este caso la falda hace un valioso juego de geometría imitando a estos famosos rombos brillantes que componen el traje de arlequín.</p> <p>El tejido de la blusa es gasa semitransparente que goza de topos negros bordados que sobresalen con el contraste del rosa.</p>
Color	Tonos cálidos y negro	Los principales colores son el negro y la paleta de rosados cálidos. El rosa es principalmente el color que se relaciona con el mundo femenino.
Tejidos	Tejido flexible. Gasa y seda	Gasa semitransparente y seda.
Estampados y adornos	Estampado romboidal	La seda de la falda tiene geometrías romboidales en diferentes tonos especialmente en una paleta de colores rosados y negros.
Materialidad	Tiene muy poca materialidad	Al ver este conjunto principalmente observamos su composición, detalles, color, textura pero no nos evoca en principio a un arlequín, será más tarde cuando nos provoque este efecto.
Escenografía	Pieza única	Pieza no incluida en colección.
Tipo de desfile	Pieza única	Pieza no incluida en colección.
Actitud de la modelo	Pieza única	Pieza no incluida en colección.
Maquillaje	Pieza única	Pieza no incluida en colección.
Música	Pieza única	Pieza no incluida en colección

TERCERIDAD



Conjunto de camisa y falda de Yves Saint Laurent. *Arlequín* (1915) de Pablo Picasso.

Casa de Moda	Yves Saint Laurent
País	Francia.
Autor	Yves Saint Laurent. Desde siempre hemos conocido la devoción que tenía Yves Saint Laurent por el arte, por lo que decidió homenajear a Piet Mondrian, Henri Matisse y Picasso creando unos vestidos inspirados en sus obras. En la actualidad el vestido Mondrian es el más destacado y su éxito ha sido tal que muchos diseñadores han intentado imitarlo.
Colección/año	Estos vestidos no pertenecen a ninguna colección, está junto con otras 46 piezas son las que realizaría Saint Laurent entre la década de los 60 y 80.
Genealogía	Alta costura. Cubista.
B/n-color. Fotografía.	Color
Soporte	Vestido de noche
Circunstancia	Festividad, celebración o evento especial
Carácter	Formal
Nivel interpretativo	Se trata de un homenaje a Pablo Picasso. La obra está compuesta por dos piezas, una blusa inspirada en el mundo de arlequín y el circo, la línea del cuello y los volantes de la mangas justifican esta opinión. El cinturón atado en la cintura realza si cabe más la proporción y la línea de la creación. La falda de seda con motivos romboidales de diversos colores evoca a la pintura picassiana. Picasso pinta este óleo en el transcurso de su estancia en Barcelona, entre junio y noviembre de 1917, con motivo de la presentación en el Teatro del Liceo del ballet <i>Parade</i> con la compañía de los Ballets Rusos de Serge Diaghilev. El personaje del arlequín, una figura ampliamente representada en la obra picassiana, está situado en un escenario donde hay

una barandilla parcialmente cubierta por un gran cortinaje rojo intenso que contrasta con los ocre de la encarnación y los azules, verdes y rosados de la indumentaria típica romboidal del personaje. El color pardo de la carne y las manos grandes y carnosas muestran el interés del artista por el volumen de las formas. La iconografía del arlequín es clave y recurrente a lo largo de la obra de Picasso desde de 1901 y sobre todo a partir de 1905. Es el auténtico protagonista de la llamada época rosa.

Característica de la foto, otras fotos de la colección.

Plano general, líneas suaves, extrema textura, composición limpia e iluminación suave.

Otros modelos de los vestidos homenajes creados por Saint Laurent.



EJEMPLO N°5

SEGUNDIDAD



Vestido n° 13 Alta Costura, primavera- verano 1999. Alexander McQueen.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta en A	Vestido evasé, silueta clásica en A.
Proporción y línea	Vestido proporcionado, con volumen y líneas rectas verticales	Es uno de los cortes más favorecedores en todo tipo de formas de cuerpo y siluetas, tanto para aquellas mujeres que tienen más curvas como las más delgadas.
Ritmo	Homogéneo	Es una obra cargada de ritmo gracias a la presencia del tul y sus volantes, dinámico.
Funcionalidad	Funcional	Vestido funcional.
Detalles	Complemento: cinturón	El único detalle llamativo de esta creación es el cinturón que utiliza el diseñador para colocar la pieza.
Color	Blanco	El color es el blanco, imita a un lienzo como soporte, después de la performance generativa por la que pasa la prenda, los protagonistas serán el negro y el amarillo, dos colores fuertes, representativos de la obra de Pollock como podemos apreciar en su
Tejidos	Tejido rígido. Tul con capa exterior de algodón.	El vestido consta de varias capas de tul sintético y la capa exterior de algodón 100 %.
Estampados y adornos	Sin estampado	El estampado es el resultado del proceso del <i>action painting</i> que realizan los dos robots sobre el

		vestido.
Materialidad	Si goza de bastante materialidad	Durante la performance el público parece tener la sensación de estar ante dos Pollock robóticos que van pintando el lienzo.
Escenografía	La escenografía en este caso acompaña a la performance.	McQueen siempre ha sido capaz de convertir sus pasarelas en campos de batalla, donde liberar indómitas emociones, las suyas inclusive, sublimándolas, revelando la fisonomía de su subconsciente, donde lo fantasmagórico, el espíritu de un oscuro juego y lo fantástico no eran ajenos. McQueen fue pionero en dejar algo apartada la parte comercial del negocio para convertir la pasarela en una proyección de arte efímero que buscaba provocar las emociones más extremas del espectador.
Tipo de desfile	Conceptual	Conceptual. Performance generativa, donde dos brazos robotizados dotados con pintura en spray rociaron una modelo creando un diseño único sobre un vestido sencillo. Alexander McQueen cerró su pasarela primavera-verano 1999 con un sorprendente espectáculo en el que dos robots de una cadena de montaje de coches convirtieron a la modelo Shalem Harlow en un gran cuadro. No han sido pocos los diseñadores que han trabajado con este "impulso Pollock", que convierte cada prenda en un objeto único fruto de la aleatoriedad de la pintura, que cae donde caprichosamente desea. Hace unas cuantas temporadas, Yves Saint Laurent (Cruise 2008), Dolce & Gabbana (primavera-verano RTW 2008), Proenza Schouler (2010) y Tory Burch (2010), entre otros, construyeron prendas con salpicaduras de pintura.
Actitud de la modelo	Sorprendida y agitada	Agitada, temerosa.
Maquillaje	Maquillaje de día	Natural
Música	Instrumental	Música clásica dramática.



Alta Costura de Alexander McQueen. Mural de Jackson Pollock.

Casa de Moda	Alexander McQueen
País	Reino Unido
Autor	Alexander McQueen (1969-2010), diseñador británico, reinventó el mundo de la alta costura devolviéndolo a su estatus de arte más allá del universo de la moda y el consumismo. Era un diseñador de moda, un poeta, un artista y un creador de espectáculos, pero lo más importante es que se inspiró en todas las disciplinas del arte, del teatro, de la interpretación y las canalizó a través de la moda de una manera que nunca se había intentado con anterioridad. Él amplió nuestra visión del potencial de la moda.
Colección/año	1999
Genealogía	Alta costura. Influencia expresionista.
B/n-color. Fotografía.	Color
Soporte	Vestido funcional
Circunstancia	Evento.
Carácter	Formal
Nivel interpretativo	En nº13 (primavera/verano 1999), ya queda de manifiesto su inclinación por el uso de la tecnología. Vemos como en un plato giratorio una modelo con un vestido blanco evasé sujetado en el pecho por un sencillo cinturón, es asediada por dos robots que disparan rayos de pintura de forma calculada sobre el lienzo del vestido, simulando el proceso creativo de un artista. El resultado de los colores y los trazos en el vestido resulta impactante. La acción evoca a la técnica del expresionista Jackson Pollock: el <i>action painting</i> , que

surge dentro de la pintura no figurativa. Intenta expresar mediante el color y la materia del cuadro, sensaciones tales como el movimiento, la velocidad, la energía. Son muy importantes el color y los materiales no específicamente pictóricos con que se trabaja (arena, alambre...) para conseguir una superficie peculiar en la superficie del cuadro.

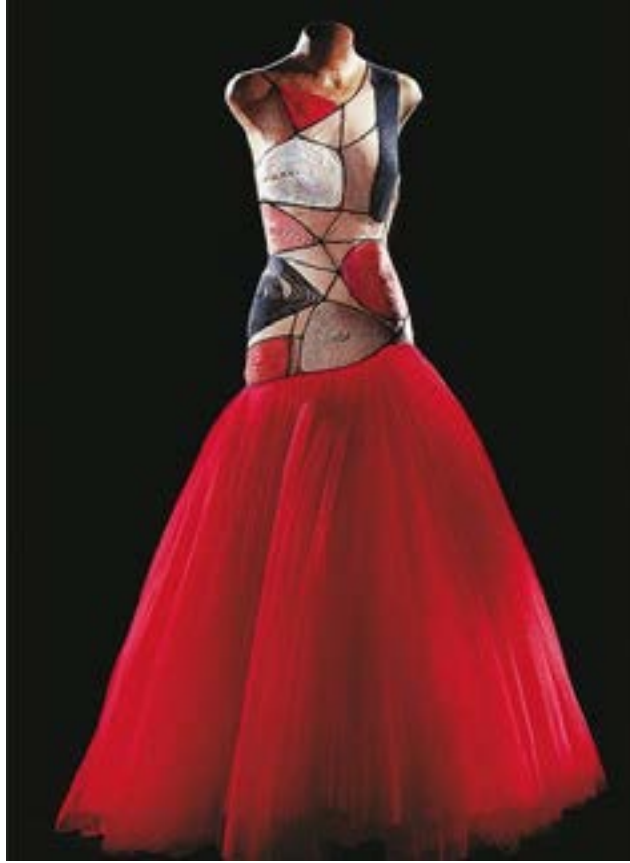
Característica de la foto, otras fotos de la colección.

Plano general, buena composición, luz fuerte dejando a la modelo iluminada.



EJEMPLO N°6

SEGUNDIDAD



Vestido de Alta Costura “Miró” de Jean Paul Gautier 2003.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta en A	Gautier en este vestido de noche nos presenta una silueta muy clásica, elegante, voluminosa en la parte inferior y muy estilizada en la superior.
Proporción y línea	Proporcionado. Presencia de líneas curvas en la parte superior y rectas en la inferior.	Las proporciones en esta pieza son deliciosas, evocan mucha femineidad, dejándonos ver todas las curvas del cuerpo femenino y realzando las proporciones del pecho y la cadera. Las líneas curvas ya nos empiezan a ayudar a separar los distintos bloques de color presentes en la composición. Aquí ya tenemos el primer elemento que nos lleva hasta Miró.
Ritmo	Homogéneo	Es la presencia de varios colores los que otorgan dinamismo a la composición, como ocurriera en un cuadro de Miró
Funcionalidad	Funcional	Vestido funcional.
Detalles	Bordados	Vestido cargado de detalles, son las composiciones geométricas bordadas

		de la parte superior la que se lleva todo el protagonismo en cuanto a detalles, los cruces marcados de color, su combinación, hacen que el ojo identifique en ese tramo el universo de Joan Miró. Se tratan de bordados realizados con hilo, cuya materialidad proyectan cierto relieve sobre la prenda. Un trabajo muy artesanal y delicado. El contorno de estos bordados los realiza en negro el mismo color que Miró utilizaba en sus contornos de sus figuras.
Color	Colores primarios y secundarios. Presencia de negro en contornos.	La presencia y el uso del color se convierten en la parte más importante y más cargada de significado de la obra de Gautier. Vemos la presencia de colores primarios y secundarios como pueden ser el rojo, el azul, el amarillo, también apreciamos el blanco y el negro, el cual era interpretado por Miró como el portavoz de todos los colores. Es curiosa esta comparación ya que en el surrealismo el negro indicaba la ausencia y el vacío, para el célebre pintor catalán significa todo lo contrario.
Tejidos	Tejido rígido. Tul	El tejido es un tul rojo, combinado con todos los encajes realizados a mano en la parte superior, como se sabe el tul es un tejido rígido que ayuda a mantener el volumen y la forma del vestido.
Estampados y adornos	Sin estampado	Los adornos como se ha dicho anteriormente son los distintos bordados geométricos que componen la pieza.
Materialidad	Si tiene materialidad	La obra de Gautier goza de bastante materialidad, ya que solamente con la primera visión se pueden sentir las diferentes pistas que te llevan hasta la obra del surrealista catalán
Escenografía	No contamos con información sobre ello.	Pieza única
Tipo de desfile	Pieza única	Pieza única. Normalmente Gautier realiza una línea de desfiles clásicos, con pasarelas alargadas, rectangulares donde el principal objetivo es el mostrar sus creaciones.
Actitud de la modelo	Pieza única	Pieza única
Maquillaje	Pieza única	Pieza única
Música	Pieza única	Pieza única



Les Fleurs du Mal, Joan Miró 1963. Jean Paul Gautier 2003. Alta Costura.

Casa de Moda	Jean Paul Gautier
País	Francia
Autor	Nacido en una barriada francesa y criado por mujeres con carácter, Gaultier consiguió darle la vuelta a una prenda que en origen tenía mucho de aparato de tortura para convertirlo en una demostración de la fuerza femenina. El nombre de 'El niño terrible' de la alta costura francesa lo recibió en los años 80. "El apodo se lo ganó gracias al sentido del humor punzante de sus colecciones en las que, con talento y algo de celebridad, exhibía sus prendas confeccionadas en materiales atípicos y construcciones irreverentes".
Colección/año	2003. Pieza única.
Genealogía	Alta costura. Influencia surrealista.
B/n-color. Fotografía.	Color
Soporte	Vestido de noche
Circunstancia	Evento.
Carácter	Formal
Nivel interpretativo	Con este vestido hace un homenaje al surrealista catalán Joan Miró, utilizando los colores que tanto distinguían a las obras del célebre catalán, Gaultier realiza una magnífica y delicada composición geométrica, utilizando la paleta de colores de Miró. La obra de éste último, recoge motivos extraídos del reino de la memoria y el subconsciente con gran fantasía e imaginación, y que se hallan entre las más originales del siglo XX. A menudo comportan una visión humorística o fantástica, conteniendo imágenes distorsionadas de animales jugando, formas orgánicas retorcidas o extrañas construcciones geométricas. Las composiciones de estas obras se organizan sobre neutros fondos planos y están pintadas con una gama limitada de colores brillantes, especialmente azul, rojo, amarillo y negro.

Característica de la foto, otras fotos de la colección.
Plano general, buena composición, luz fuerte dejando a la modelo iluminada. Pieza única

EJEMPLO N°7

SEGUNDIDAD



Vestido primavera-verano colección de Alta Costura 2008 de John Galliano para Dior.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silüeta	Silüeta A	La colección está llena de silüetas en A, clásicas y elegantes, marcadas con una serie de volúmenes sensuales que se van adaptando a las sutilmente a las líneas del cuerpo de la modelo.
Proporción y línea	El vestido goza de proporción y tenemos presencia de líneas rectas y curvas.	Aunque la tarea es ardua, se aprecia una particular proporción en cada pieza de esta increíble colección, podemos decir que esto es lo realmente complejo, la capacidad de Galliano de poder trabajar de una forma tan delicada los drapeados y sus volúmenes. Éstos hablan por sí mismos, y vienen reforzados por la presencia de líneas curvas.
Ritmo	Homogéneo	Es una obra con muchísimo ritmo. Los volúmenes, lazos, y pliegues hacen juegos de movimiento, van hacia una uniformidad, característica principal del ritmo homogéneo. Exhiben composición y estructura uniformes, lo identificamos con un ritmo regular y simétrico
Funcionalidad	Funcional	Pese a la pomposidad es un vestido funcional para una gran ocasión.
Detalles	Bordados, abalorios y complementos.	Apreciamos gran cantidad de detalles en esta pieza, desde la proporción y silüeta, el estampado amarillo oro, las distintas estampaciones, los bordados

		exquisitos y apabullantes, el uso de cristales y abalorios, los guantes, etcétera. una auténtica alegoría a la fantástica obra de Klimt. Pintor que propulsó el vestido reforma y liberó junto a Poiret y otros el cuerpo femenino., a veces tanto en cuello como en manos. Si algo sí tenía claro Klimt, era su pasión por las mujeres y el universo femenino, su faceta sexual y arrolladora que Klimt se esforzó por plasmar con elegante pasión, gracias a la fuerza de las formas y los colores, en cada uno de sus lienzos. Del mismo que Klimt aprendió a confeccionar mosaicos y a trabajar los mosaicos, Galliano se hace del hilo para proyectar a través de los bordados, el universo de figuras y juegos de Klimt.
Color	Tono cálido. Dorado. Con apliques y acabados en negro.	Pese a que el desfile fue el despliegue de una gran variedad cromática, esta pieza se identifica con el dorado. Color que independientemente de su matiz, siempre corresponde a lo valioso y lo extravagante. Según el pintor Gustav Klimt, todo lo que está rodeado de oro es noble. El oro es también el color que se identifica con la belleza.
Tejidos	Tejidos Flexibles: Raso tornasol	Uso del raso, material fresco, ligero, elástico y flexible. Puede gozar de cierta rigidez.
Estampados y adornos	Rosa tornasol dorado	Los estampados en este caso lo forman los delicados bordados en formas de mosaicos.
Materialidad	Si goza de materialidad	La obra de Galliano goza de bastante materialidad y el público puede incluso imaginarse que <i>Adele Bloch-Bauer I</i> , protagonista del cuadro de Klimt se pasee por la pasarela.
Escenografía	Escenografía contextualizada	La pasarela tuvo lugar en el Salón de Alta Costura en París. , La puesta en escena se teatraliza con decorados propios de los espectáculos operísticos y la existencia de una cierta narrativa.
Tipo de desfile	Teatral	Desfile teatral. El universo sensual femenino de Gustav Klimt representado en una pasarela. Incluso el propio Galliano al terminar el desfile salió a escena con indumentaria de pintor.
Actitud de la modelo	Actitud altiva	Posición femenina y sensual, orgullosa y distante, que goza de cierto prestigio social, mirada expresiva, lánguida.

Maquillaje	Maquillaje teatral	Tez blanca con colores malvas y dorados.
Música	Relajada ambiente	Invitaba a lugares lejanos.

TERCERIDAD



Vestido de la colección otoño-invierno 2008 de John Galliano para Dior. Cuadro *Adele Bloch-Bauer* de Klimt 1907.

Casa de Moda	Christian Dior
País	Francia
Autor	John Galliano en esta aventura cita: La inspiración partió de un cuadro de John Singer Sargent, el <i>retrato de Amélie Gautreau</i> , conocida como Madame X. Fue una pintura polémica en su tiempo por el erotismo que desprendía. Al diseñador británico de le fascinó la historia de cómo un tirante caído provocó un escándalo tal que la mujer retratada le suplicó al autor que lo colocara en su sitio. Ese fue el principio de un viaje para Galliano. El interés simbólico en el fin de siglo le llevó a Gustav Klimt, saltó a la Quimera, una criatura mitológica con cabeza de león, cuerpo de cabra y cola de dragón, se detuvo en Baudelaire y su obra <i>Las flores del mal</i> , y remató el periplo con Salomé. Un recorrido guiado por una fuerza: la seducción, la promesa de placer.
Colección/año	Otoño- invierno 2008
Genealogía	Alta costura. Simbolismo
B/n-color (Fotografía)	Color
Soporte	Vestido funcional
Circunstancia	Evento
Carácter	Formal
Nivel interpretativo	Esta colección de Galliano realiza un claro homenaje al pintor belga Gustav Klimt, quien adoraba el universo femenino siendo amante de la sensualidad. En este caso Galliano identificándose con esta sensualidad, nos traslada a la Viena de inicios de siglo XX y pone a nuestra disposición el universo de este grande del

simbolismo con gran dramatismo llevado a escena. En este caso la obra elegida nos traslada al cuadro pintado por el belga en 1907 *Adele Bloch-Bauer*. En su vestido podemos apreciar ojos egipcios, muy habituales entre los miembros del *Modern Style* inglés con Mackintosh. Galliano respeta las líneas, los estampados siendo fiel a los realizados por el belga en sus composiciones. Iconos bizantinos junto a la estampación japonesa podemos encontrarlas en la eliminación del espacio y la tridimensionalidad de la figura pero la verdadera fuente de este icono la encontramos en los mosaicos bizantinos de Ravena que Klimt había visitado en dos ocasiones en 1903. Incluso algunos estudiosos vinculan esta obra con las madonnas italianas de época medieval, al presentar un aspecto de madre y objeto de culto.

Característica de la foto, otras fotos de la colección.

Plano general, buena composición, luz fuerte dejando a la modelo iluminada.



EJEMPLO N°8

SEGUNDIDAD



Vestido Alta Costura, primavera-verano 2008. Dolce and Gabbana

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta en A	Corresponde a una silueta clásica aunque rompe ésta con grandes volúmenes que hacen que lo comparemos con las grandes dimensiones de las obras del expresionista americano Jackson Pollock.
Proporción y línea	Desproporcionado Líneas curvas	Hay una parte de grandes volúmenes donde hay una gran presencia de líneas curvas lo cual nos inducen al movimiento y al dinamismo.
Ritmo	Homogéneo	Es una obra cargada de ritmo gracias a su composición, motivos y manchas.
Funcionalidad	Funcional	Vestido funcional.
Detalles	En este caso no hay muchos detalles que se puedan destacar que no sean los juegos de texturas	Gracias a las superposiciones del tejido, y, el efecto de drapeado el vestido goza de bastante corporalidad.
Color	Vemos escalas de grises, violáceos y malvas, blancos y rosas.	Se aprecian gamas de colores oscuros que tienden a la emotividad y al dramatismo. Vemos que los colores más presentes en esta pieza son el negro, los malvas y violáceos y alguna presencia de blanco.
Tejidos	Hay una mezcla de tejidos rígidos y flexibles. Gasa y tul	Gasas y tules drapeados. Tejidos rígidos que potenciaban la silueta y

		el volumen.
Estampados y adornos	Presencia de estampado	Las diferentes líneas y goteos en la tela evocan a las pinturas de Pollock.
Materialidad	Si, goza de materialidad	Goza de bastante materialidad.
Escenografía	Vemos que al desfile le acompaña un soporte audiovisual donde puede verse a distintos artistas pintando telas.	Este desfile es celebrado en el Salón Alta Costura París. Vemos como los soportes que acompañan al desfile evocan ya a la acción del <i>action painting</i> cuyo máximo representante lo encontramos en la figura de Jackson Pollock.
Tipo de desfile	Clásico	Clásico, pasarela rectangular.
Actitud de la modelo	Firme y seria	Posición firme, recta, de seguridad.
Maquillaje	Maquillaje de pasarela	Los ojos son el principal motivo en el maquillaje, acompaña a los vestidos lienzo con algunos de los tonos presentados en el soporte
Música	Electrónica	La música acompaña el fuerte paso firme de las modelos.

TERCERIDAD



Alta Costura de Dolce & Gabbana. 2008. Mural de Jackson Pollock 1943.

Casa de Moda	Dolce and Gabbana
País	Italia
Autor	Dolce and Gabbana, fundada por Doménico Dolce y Stefano Gabbana. En 2008 Dolce & Gabbana nos sorprendió con su colección de primavera inspirada en Jackson Pollock representante del expresionismo abstracto, incluso la campaña publicitaria da una idea de que las modelos están en un estudio de arte.
Colección/año	2008.
Genealogía	Alta costura. Expresionismo
B/n-color. Fotografía.	Color
Soporte	Vestido funcional
Circunstancia	Evento

Carácter	Formal
Nivel interpretativo	<p>En la creación de Dolce and Gabbana se aprecia agitación y carga emotiva, el tamaño, la proporción también nos recuerda a las grandes dimensiones de la obra de Pollock. Al lograr descomponer y entender la obra de los expresionistas abstractos, se logra analizar e interpretar ese momento dado, la pincelada suelta, el rasgo violento que identifica las obras, especialmente las de Jackson Pollock. Este expresionista abstracto logra transmitir su mirada artística de una manera distinta, usando colores intensos, oscuros, los cuales brindan esa emotividad y carga de intencionalidad que el artista buscaba plasmar en su obra. <i>Mural</i> entraña su cambio de tendencia del simbolismo al expresionismo abstracto, que determinaría una de las tendencias artísticas más influyentes del siglo pasado.</p> <p>Los motivos abstractos, líneas, goteos y pulsaciones de pintura, manejo del color y de la acción hacen de la ropa un nuevo motivo artístico y extravagante. La audiencia del desfile se sentía involucrada con las prendas que estaba viendo y a pesar que los primeros atuendos que se presentaron no tenían tanto impacto visual, ya que eran de un solo tono o considerados bastante clásicos, la audiencia fue experimentando varias etapas dentro del mismo desfile. Los diseñadores se ingeniaron en presentar videos de diferentes artistas pintando y manipulando las telas, y esto hizo que se cree una expectativa entre los invitados, que les hizo formar parte y creer en esa interacción entre el espectador y las obras que observaban. Al continuar con el desfile empezaron a salir prendas ya un poco más atrevidas, en el sentido que ya se veían telas pintadas, combinadas con otras telas con texturas, pero fue una gran sorpresa ya hacía casi el final cuando aparecieron estos vestidos grandes, con telas llenas de trazos sueltos de pintura que comenzaron a desplazarse por la pasarela. La estética de la marca se veía reflejada en cada diseño y ciertamente la influencia y la inspiración de la pintura hicieron del desfile un desfile único y con diseños muy aclamados que ciertamente marcaron esa época por su grandeza estética y visual.</p>

Característica de la foto, otras fotos de la colección.

Plano general, buena composición, luz fuerte dejando a la modelo iluminada.



EJEMPLO N°9

SEGUNDIDAD



Vestido Alta Costura, otoño-invierno 2009-2010. Alexander McQueen.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta en A	Esta creación tiene una silueta bastante particular, consta de tres partes; la superior, la media y la inferior. Cada una de estas partes goza de una silueta y volumen diferente, lo cual logra originalidad en el modelo. Metafóricamente se podría comparar a la libración de las aves en el estampado.
Proporción y línea	Proporcionado. Presencia de líneas curvas	Existe bastante proporción en el modelo, hay una gran presencia de líneas especialmente curvas que embellecen el volumen y ayudan a darle forma.
Ritmo	Dinámico	Es una obra cargada de ritmo gracias a su composición y motivos visuales. Hay dos elementos que le aportan ritmo: la silueta y el volumen, y, el estampado visual.
Funcionalidad	Funcional	Aunque realmente es un vestido que se presenta difícil a lo hora de clasificarlo, podría ser ponible para un cierto público.
Detalles	Sin muchos detalles.	Lo que más llama la atención es el estampado del vestido, hay una ausencia de detalles en esta creación.

Color	Negro y rojo	Se aprecian colores fuertes con carga dramática como el rojo y el negro, esta mezcla aporta poder físico a la creación, por un lado el negro, color de la elegancia pero también dramático y por otro el rojo, la pasión, el amor, etc.
Tejidos	Tejido flexible. Seda.	El tejido es una suave seda estampada, suave lustre y hermosa caída acompaña a la independencia de las aves.
Estampados y adornos	Estampado	Una serie de cuadrados perfectamente teselados que, progresivamente, van perdiendo su perfección para materializarse en objetos mundanos, en pájaros propios de nuestra realidad sensible, este es el detalle más importante de la composición. El volumen del vestido va acompañando al vuelo de las aves, parece hacer respirar el estampado esperando la salida de las aves a escena.
Materialidad	Si goza de bastante materialidad	El vestido inmediatamente nos traslada a la obra de Escher, de composiciones geométricas y juegos visuales.
Escenografía	La escenografía acompaña a la obra de McQueen	McQueen siempre ha sido capaz de convertir sus pasarelas en campos de batalla, donde liberar indómitas emociones, las suyas inclusive, sublimándolas, revelando la fisonomía de su subconsciente, donde lo fantasmagórico, el espíritu de un oscuro juego y lo fantástico no eran ajenos.
Tipo de desfile	Teatral	Teatral, dramático. Surrealista, exagerado, rozando lo absurdo, Alexander nos despierta de un sueño muy real y nos sumerge en un universo improbable pero lúcido. Y es que su desfile más que un catálogo de propuestas es una sobredosis de creatividad y lo divertido es que debajo de todo eso que capta nuestra atención a primer golpe de vista (el maquillaje exagerado, las poses, los complementos tipo sombrero paraguas, etc...) y que parece puro delirio, es de lo más normal. Se realizó en los salones de alta moda en París. www.youtube.com/watch?v=eHWP L7t6XWA
Actitud de la modelo	Seria	Rígida, muy segura.
Maquillaje	Maquillaje teatral	Este tipo de maquillaje nos recuerda al artista performance Bowery.
Música	Instrumental	Música electrónica



Escher *Liberation* 1955. Alta Costura Alexander McQueen otoño-invierno 2009.

Casa de Moda	Alexander McQueen
País	Reino Unido
Autor	Alexander McQueen (1969-2010), diseñador británico, reinventó el mundo de la alta costura devolviéndolo a su estatus de arte más allá del universo de la moda y el consumismo. Era un diseñador de moda, un poeta, un artista y un creador de espectáculos, pero lo más importante es que se inspiró en todas las disciplinas del arte, del teatro, de la interpretación y las canalizó a través de la moda de una manera que nunca se había intentado con anterioridad. Él amplió nuestra visión del potencial de la moda.
Colección/año	2009.
Genealogía	Alta costura. Influencia expresionista.
B/n-color. Fotografía.	Color
Soporte	Vestido de noche o para un evento muy especial
Circunstancia	Evento.
Carácter	Formal
Nivel interpretativo	<i>Liberation</i> (1955) presenta una serie de triángulos equiláteros perfectamente teselados que, progresivamente, van perdiendo su perfección para materializarse en objetos mundanos, en pájaros propios de nuestra realidad sensible. Es la escena del demiurgo platónico creando el universo. Tenemos el mundo de las ideas, el mundo de las formas geométricas eternas e inmutables sólo accesibles a nuestra alma racional. McQueen realiza un claro homenaje en su creación y desde arriba abajo realiza también metafóricamente esta liberación. En la pasarela de otoño-invierno 2009, McQueen asestó uno de sus muchos golpes maestros. En plena crisis financiera, cuando la industria

trastabillaba y la incertidumbre de las ventas soplabla fuerte, la alta moda veía ceñirse sobre sí un cielo borrascoso. En esa atmósfera sin precedentes, él escogió lo impensable: la ironía, la sátira y el reciclaje. El resultado fue un espectáculo que combinaba lo melancólico con lo macabro, en donde las modelos lucían bocas atroces, rojas y enormes, rostros blancos como la tiza y conjuntos que se inclinaban hacia las siluetas de la *couture*. Todos los vestidos eran retazos reciclados de sus colecciones anteriores. Y la muestra era, en sus propias palabras, “una exploración irónica de la reinención de un diseñador”.

Característica de la foto, otras fotos de la colección.

Plano general, buena composición, luz fuerte dejando a la modelo iluminada.



EJEMPLO N°10

SEGUNDIDAD

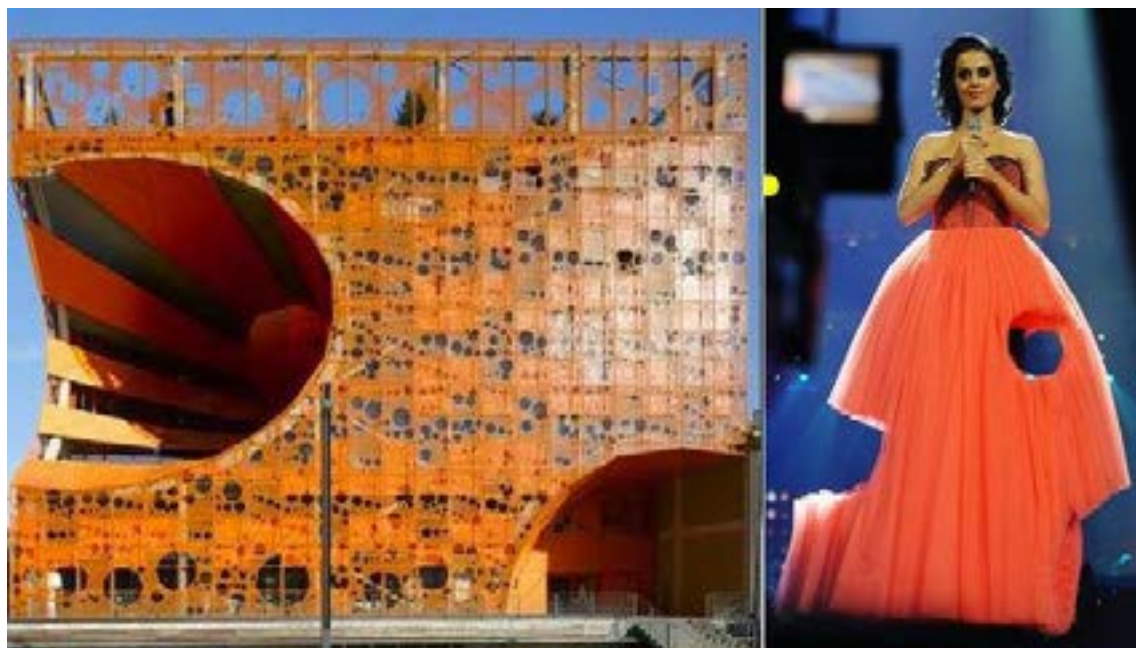


Vestido primavera verano colección de Alta Costura 2010.Viktor &Rolf.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta de tipo A	Siluetas aparentemente clásicas que potencian la sensualidad pero rompedoras en detalles, singulares asimetrías, cortes que parecen realizados con una motosierra. Grandes volúmenes cortados por la mitad.
Proporción y línea	Proporcionado y con fuerte presencia de líneas curvas	Se aprecia una proporción muy particular de tintes clásicos respetando las líneas y curvas que forman el cuerpo femenino, pechos realzados con talle ajustado. Esas asimetrías curvas rompen con todo lo establecido como sus diseñadores. La ruptura de las líneas en la silueta indica transgresión.
Ritmo	Dinámico	Apreciamos el movimiento a partir de los círculos y semicírculos que parecen cortados abajo. Aportan movimiento dentro de la estructura del vestido.
Funcionalidad	Funcional	Es un vestido de noche, en este caso el vestido goza de funcionalidad, podría ser ponible.
Detalles	Juego de texturas Escote palabra de honor en	En la parte de arriba vemos un exquisito trabajo de drapeado con el

	forma de corazón, ayuda a potenciar la sensualidad que le aporta la silueta.	tul. Las formas que aparecen cortadas (motosierra) son detalles que rompen con la composición y crean expectación.
Color	Tonos cálidos	Es un rosado, tonos cálidos. Tonalidad inspirada en la luz y la paleta de los pintores impresionistas.
Tejidos	Tejido rígido	El tejido utilizado es un tul rosa que ayuda a potenciar los volúmenes y a mantener rigidez.
Estampados y adornos	Vestido sin estampados	No hay estampados.
Materialidad	Si goza de bastante materialidad	Goza de bastante materialidad esta pieza. La parte de abajo nos evoca al edificio del puerto de Lyon, cubo naranja, pese a que estamos frente a un vestido también es recurrente pensar algo más.
Escenografía	La escenografía se presenta sin adornos y elementos que jueguen al despiste, simplemente las piezas es lo que importa.	La pasarela tuvo lugar en el Salón de Alta Costura en París.
Tipo de desfile	Clásico	Desfile clásico, pasarela rectangular.
Actitud de la modelo	Rígida	Adopta una actitud rígida, de fuerza con paso seguro.
Maquillaje	De pasarela	En el maquillaje vemos potenciados los ojos de la modelo lo cual ayuda a potenciar esa actitud impenetrable y llena de fuerza.
Música	Electrónica	Se aprecia una voz femenina sobre un fondo electrónico.

TERCERIDAD



Puerto de Lyon 2011 de Jacob and Macfarlane. Vestido de Viktor & Rolf primavera-verano 2010.

Casa de Moda	Viktor & Rolf.
País	Holanda
Autor	Viktor & Rolf. Viktor Horsting y Rolf Snoeren se conocieron mientras estudiaban en la Academia de Arnhem de Arte y Diseño en los Países Bajos. Comenzaron a trabajar juntos después de la graduación. Discípulos de Martin Margiela decidieron apostar por su propia firma, actualmente trabajan la Alta Costura y los perfumes. Conocidos por su buen hacer y por su vínculo con el arte estos dos holandeses sorprenden siempre con sus colecciones. Después del desfile definieron su colección como su forma de entender la crisis. “Todo el mundo está recortando, nosotros recortaremos el tul”.
Colección/año	Primavera- verano. 2010.
Genealogía	Alta costura. Impresionismo rural.
B/n-color (Fotografía)	Color.
Soporte	Vestido
Circunstancia	Evento
Carácter	Formal
Nivel interpretativo	Este vestido está inspirado en el edificio del puerto de Lyon (Francia) de Jacob y Macfarlane Architects. El propósito de este proyecto fue revitalizar los muelles de la rivera de Lyon bajo un nuevo concepto cultural y comercial sin desperdiciar las ventajas que ofrece la herencia industrial. Es así como aquellos elementos que antes tenían una connotación puramente funcional, pasan a ser el escenario de la experimentación arquitectónica. El proyecto está diseñado como un simple cubo ortogonal de color naranja en el que se talla

	<p>un agujero gigante, en respuesta a las necesidades de control de la luz natural, flujos de aire, control térmico y generación de los distintos puntos de vista interiores desde el edificio.</p> <p>Viktor & Rolf hacen un guiño a este edificio a través de su vestido, aprovechan sus líneas de corte clásico, princesa y lo transforman con agujeros inesperados que parecen hechos con una sierra mecánica. El uso de estos cortes cambia el sentido del vestido, Viktor & Rolf se acercan así a la filosofía de arquitectura en deconstrucción caracterizada por la fragmentación, con un diseño no lineal, utilizando formas no rectilíneas que distorsionan algunos de los principios elementales de la arquitectura como la estructura. El resultado es un caos controlado pero impredecible.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

EJEMPLO N°11

SEGUNDIDAD



Vestido Alta Costura, primavera-verano 2012. Rei Kawakubo. Comme des Garçons.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta rectangular o H	Hombros y piernas alineadas, caderas y cintura poco definida. Esta silueta viene marcada por esta especie de estructura externa de la pieza.
Proporción y línea	Modelo proporcionado	Las proporciones en esta pieza son muy particulares, la jaula nos encierra el conjunto delicado de blusa y falda y se presenta como la principal plataforma del soporte, alejándonos de la posibilidad de definir una silueta interna. Líneas rectas y curvas.
Ritmo	Dinámico	Es una obra cargada de ritmo y tragedia. Tenemos varios elementos que transfieren ritmo a esta composición: la estructura, la camisa, falda y el blanco predominante en ellos lo transforman en un solo conjunto.
Funcionalidad	No funcional	Vestido no funcional.
Detalles	Adornos y complementos	Los adornos como se ha dicho anteriormente son muy importantes a la hora de poder

		interpretar esta obra, la jaula indica el encerramiento de la persona
Color	Blanco	Todas las piezas de la colección están realizadas en blanco, un color que nos transmite la pureza, un color absoluto, la unidad y la paz, simboliza actos de tregua. En algunas culturas se relaciona con el luto, en otras culturas con la religión con la pureza, la alegría.
Tejidos	Mezcla de tejidos rígidos y flexibles. Encaje tetrón, satén y nylon.	Blusa y falda en encaje tetrón y satén de seda rayón, usado con una falda jaula y el corsé en tricot de nylon. El corsé de nylon presenta una estructura exterior que nos hace canalizar toda su significación hacia la parte interna de la creación, una plataforma aparentemente rígida que simboliza toda la problemática de salud de Frida Kahlo. En el interior podemos ver los detalles delicados realizados con un fino encaje de tetrón que simboliza la delicadeza y la fragilidad de la personalidad de Frida. Los tocados de las modelos evocan a las flores que utilizaba Frida en su pelo, elemento muy utilizado en los bautizos mexicanos.
Estampados y adornos	Sin estampados	
Materialidad	Si goza de bastante materialidad	La obra de Kawakubo goza de bastante materialidad. Podemos imaginarnos la tortura y el sufrimiento de Frida Kahlo en esta obra.
Escenografía	Relacionada con la temática	La ubicación para el desfile fue el edificio del Ejército de la Salvación, París.
Tipo de desfile	Clásico	Desfile clásico, donde las modelos presentaban con una actitud tranquila y buen paso las distintas creaciones.
Actitud de la modelo	Natural	Relajada.
Maquillaje	Maquillaje de día	Natural.
Música	Instrumental	Música clásica instrumental.

TERCERIDAD



Rei Kawakubo Alta Costura primavera- verano 2012. *La columna rota* de Frida Kahlo de 1944.

Casa de Moda	Comme des Garçons
País	Francia
Autor	Rei Kawakubo, presentó <i>White Drama</i> (Drama Blanco), su colección 2012 para Comme des Garçons, con un toque de religiosidad. A través del color y materiales como satén y encaje blanco, Kawakubo llevó al espectador en un viaje hacia el universo de Frida.
Colección/año	2012
Genealogía	Alta costura. Influencia surrealista.
B/n-color. Fotografía.	Color
Soprote	Vestido representativo no funcional
Circunstancia	Evento
Carácter	Formal
Nivel interpretativo	Con su particular estilo dramático y <i>over the top</i> , la talentosa diseñadora Rei Kawakubo tomó como inspiración algunos elementos de la vida de la mexicana, como las flores que adornaban su cabeza y los corsés ortopédicos para la colección primavera- verano 2012. <i>La columna rota</i> obra a la que hace referencia la creación de Kawakubo, es un desgarrador testimonio del sufrimiento que acompañó a Frida durante toda su vida. La artista se ha representado desnuda de cintura para arriba, con un corsé que envuelve su cuerpo desnudo, en el que una inhumana brecha permite observar como una columna clásica rota en varios fragmentos sustituye a su columna vertebral, claro símbolo de su columna destrozada tras el accidente de autobús. Además, Frida no

duda en representar sus facciones “antiestéticas” (cejas extremadamente juntas, vello sobre la boca...) de una manera mucho más notoria que lo que las fotografías de la época. En cortes a la medida de la década de los años 50 y jaulas con encaje, seguidas por vestimentas cubiertas de flores que nos recuerdan los tocados de Kahlo con resplandor –pieza que en el pasado era utilizada para los bautizos católicos–, Kawakubo refleja distintos aspectos de la vida de Kahlo y el vínculo entre el cuerpo, forma y materia que marcó toda su obra.

Característica de la foto, otras fotos de la colección.

Plano general, buena composición, luz fuerte dejando a la modelo iluminada.



EJEMPLO N°12

SEGUNDIDAD



Vestido Alta Costura, otoño-invierno 2014 Chanel.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta reloj de arena o X	Silueta clásica que potencia las líneas curvas de la mujer.
Proporción y línea	Proporción. Presencia de líneas rectas: horizontales, verticales y diagonales.	Existe cierta proporción en el modelo. La presencia de líneas rectas acusa si cabe más la influencia de la obra de Delaunay.
Ritmo	Homogéneo	Es una obra cargada de ritmo gracias a su composición y motivos, las geometrías y el color son los protagonistas del ritmo
Funcionalidad	Funcional	Vestido representativo funcional.
Detalles	Sin exceso de detalles	La utilización del calzado y el bolso como complemento actúan simplemente como adornos.
Color	Paleta muy amplia de color.	Se aprecian colores fuertes y vivos, colores enérgicos con mucha expresión que llaman al intelecto.
Tejidos	Tejido flexible. Gasa.	El tejido es una suave gasa estampada, suave lustre y hermosa caída, volátil.
Estampados y adornos	Estampado.	Una serie de rectángulos

		perfectamente teselados se convierte en el detalle más importante de la composición.
Materialidad	En esta ocasión el modelo sí que goza de materialidad.	Goza de bastante materialidad. El estampado ya nos remite a una obra de Delaunay pero también el tejido acompaña a esta sensación.
Escenografía	Con escenografía que acompañaba al concepto.	El káiser convirtió el Grand Palais (hogar de los desfiles de Chanel y de exposiciones. Actualmente) en una galería de arte. Transformó el Grand Palais en una sala de exposiciones con casi 800 esculturas y lienzos del artista John McCracken y otros pintados por el mismo diseñador. En este escenario desfilaron diseños estampados de pinceladas de óleo, un vestido de cuerpo geométrico similar a la oposición de dos trapecios y mochilas con grafiti.
Tipo de desfile	Clásico	El desfile continua siendo clásico aunque la escenografía nos haya dejados muy sorprendidos.
Actitud de la modelo	Fuerza	Segura y sonriente
Maquillaje	Maquillaje de pasarela	Ojos muy maquillados, colores muy intensos, pinceladas. El resto del maquillaje era neutro.
Música	Instrumental	Música electrónica

TERCERIDAD



Obra de Sonia Delaunay. Vestido de la colección otoño-invierno de Chanel.

Casa de Moda	Chanel
País	Francia
Autor	Karl Lagerfeld es ampliamente reconocido como uno de los diseñadores de moda más influyentes de la segunda mitad del siglo XX. Debe gran parte de su popularidad a su labor para la firma Chanel, a su actividad como fotógrafo y también a sus llamativas apariciones públicas, muchas veces rodeado de celebridades del espectáculo.
Colección/año	2014.
Genealogía	Alta costura. Influencia cubista.
B/n-color	Color
Soporte	Vestido funcional
Circunstancia	Evento.
Carácter	Formal
Nivel interpretativo	El estampado tipo pantone con todos los colores imaginables, texturas pictóricas y complementos específicamente diseñados para ser lucidos por galeristas, estudiantes de diseño y artistas reconocidos –o por reconocer–. La colección primavera-verano 2014 de Chanel es un homenaje rotundo al arte contemporáneo y todos sus movimientos, especialmente al cubista y en concreto a Sonia Delaunay. En la invitación a su desfile podía leerse la palabra 'Arte' y los asistentes confesaron sentirse dentro de una galería gracias a la espectacular puesta en escena –con cuadros incluidos–.

Característica de la foto, otras fotos de la colección.

Plano general, buena composición, luz fuerte dejando a la modelo iluminada.



EJEMPLO N°13

SEGUNDIDAD



Vestido n° 47 de la colección de Alta Costura otoño-invierno 2013. Raf Simons para Dior.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silüeta	Silüeta A	Raf Simons hace un homenaje al <i>New Look</i> , creado por Dior en los años 50. Vestidos y faldas escultóricas, ceñidas a la cintura, potenciando el cuerpo femenino, sus formas, ensalzando el pecho. Este vestido imita al modelo corola de Dior, realzando su talle. La silüeta de Simons es clásica.
Proporción y línea	Proporción Líneas curvas	Se aprecia una proporción muy trabajada, llena de belleza, estiliza el perfil de la mujer y como si de un molde se tratase construye las curvas del cuerpo femenino. Se observan también líneas curvas que potencian el volumen y permiten darle caída a la organza desde la cintura, lo cual se traduce en movimiento y dinamismo.
Ritmo	Homogéneo	Esta creación goza de ritmo, no solamente por el efecto de su volumen, también por la utilización de líneas curvas en la cadera. El conjunto de detalles florales le conceden cierto dinamismo al conjunto.
Funcionalidad	Funcional	Vestido de noche, fiesta.
Detalles	Motivos florales y pequeños abalorios	Se aprecia un universo de detalles sobre el fondo de organza. Simons crea unas superposiciones con la

		muselina en forma de flores y las distribuye de una forma magistral a lo largo de todo el vestido, como si de un jardín de lirios y flores se tratase. Desde abajo a arriba va integrando flores de muselinas de colores de forma gradual.
Color	Tonos pastel, cálidos	El violáceo, el blanco, el rosa y algunas notas de verde son los protagonistas en este juego de luces realizado por el modisto. Tonos suaves, sin estridencias.
Tejidos	Tejido rígido. Organza	El tejido utilizado es una organza o muselina, de granaje muy fino, casi transparente, muy suave. Tejido rígido que potencia el volumen. Actúa como el lienzo en el cuadro, potenciando si cabe más la paleta de colores seleccionada por el diseñador.
Estampados y adornos	El estampado es sustituido por un universo floral hecho con organza.	El universo floral de sus detalles compone lo que a simple vista parece un estampado muy trabajado.
Materialidad	Si goza de materialidad	Este vestido goza de bastante materialidad, los detalles bordados, la tonalidad nos trasladan a un mundo delicado, sutil, el de las flores.
Escenografía	Escenografía fiel al concepto	Palacete de París. Simons forró todas las paredes del palacete de flores frescas para evocar no solamente con sus diseños al movimiento impresionista.
Tipo de desfile	Desfile clásico	Desfile clásico, pasarela rectangular, paredes rodeadas de flores.
Actitud de la modelo	Delicada	Lánguida, delicada
Maquillaje	Maquillaje de pasarela	Simons puso el toque de maquillaje en los ojos de sus modelos, tonos pasteles iluminaban la mirada de las top's.
Música	Electrónica.	Voz femenina

TERCERIDAD



Jardín de Monet, 1900. Christian Dior 2013.

Casa de Moda	Christian Dior, conocido en el mundo de la moda por su gran relación con la estética impresionista y su gran amor por la naturaleza, que surgió en una infancia rodeada de un jardín mimado cuidadosamente por su madre, Madeleine, y que se plasmó en sus creaciones.
País	Francia. El impresionismo es un movimiento pictórico francés de finales del siglo XIX que apareció como reacción contra el arte académico. El movimiento impresionista se considera el punto de partida del arte contemporáneo.
Autor	Raf Simons, en este diseñador confluyen sin esfuerzo aparente la tradición y el futuro de la Alta Costura. Nacido en el seno de una familia de clase media, Simons se graduó en diseño industrial, antes de probar suerte como modisto. Después de pasar una temporada junto a Walter Van Beirendock, en 1995 debuta en Milán con su propia firma. Tras la penúltima despedida de Jil Sander de su propia marca, Raf Simons es elegido para hacerse cargo del control creativo de Sander. De la mano del belga, la firma vivió una nueva edad dorada hasta que en el 2012 la diseñadora y fundadora de la firma decide regresar y tomar las riendas de la dirección creativa. Raf Simons se despidió con un emotivo último desfile en París y poco después se anunció su fichaje por Dior en sustitución de John Galliano.
Colección/año	Otoño-invierno 2013
Genealogía	Alta costura. Impresionista
B/n-color	Color
Soporte	Vestido de fiesta
Circunstancia	Festividad, celebración o evento especial
Carácter	Formal
Nivel interpretativo	En este diseño, Simons creó a través de la intervención de las telas, los colores y las texturas, las pinceladas que genera Monet en su pintura. Se busca la belleza de la luz, representándola con tejidos brillantes, transparentes, de tonos cálidos y detalles minuciosos. Posición y actitud delicada, suave, simbolizando una flor en un jardín. Los colores, las texturas y la suavidad nos trasladan a un cuadro de Monet <i>Jardín en Giverny</i>

Característica de la foto, otras fotos de la colección.

Plano general, líneas suaves, extrema textura, composición limpia e iluminación suave.



EJEMPLO N°14

SEGUNDIDAD



Vestido colección primavera- verano2014 Prada.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta reloj de arena o X.	Silueta clásica que realza las formas del cuerpo femenino.
Proporción y línea	Proporcionado. Presencia de líneas rectas y curvas en la parte superior.	Existe proporción en el modelo, vemos algunas líneas curvas que se ciñen al pecho de la modelo. El resto viene estilizado por la presencia de líneas rectas.
Ritmo	Homogéneo	Es una obra cargada de ritmo gracias a su estampado y adornos.
Funcionalidad	Funcional	Vestido representativo funcional.
Detalles	Bordados y complementos.	El sujetador mostaza realizado con bordados que le concede a la prenda un aire más ochentero, al igual que los calcetines, el cuello y las pulseras.
Color	Colores cálidos, acompañados de tonos fríos en la parte del cuello.	Color rosa caramelo y detalles florales en tonos suaves, rompe con el tono mostaza del sujetador. Apreciamos colores vivos y contrastados en el cuello.
Tejidos	Tejido flexible. Punto.	El tejido es el punto con hilo de algodón. Adaptable, flexible y cómodo, acompañando todas estas características al mensaje motor.
Estampados y adornos	Estampado	El estampado pertenece a una ilustración del artista francés Jeanne

		Detallante, mural pop-art que retrata un sentido de lucha y poder, una idea a menudo explorado dentro de las colecciones de activistas de Prada de intención feminista.
Materialidad	Si goza de materialidad	La creación de Prada nos concede la sensación de estar frente a una de las famosas ilustraciones de Detallante.
Escenografía	Escenografía que acompaña al concepto de la exposición.	Muralistas como El Mac Gregor, Mesa, Gabriel Specter y Stinkfish participaron realizando todas las paredes que cubrían el espacio de demostración del desfile en la Via Fogazzaro en Milán (Fundación Prada). Adornaron el espacio con retratos a gran escala. OMA diseño una pasarela invertida realizada con caucho industrial, proporcionando múltiples planos.
Tipo de desfile	Conceptual	Conceptual. Refuerza el concepto de arte mural. Presenta un largo pasillo que va rompiéndose con distintas plataformas murales.
Actitud de la modelo	Firme	Segura y muy firme.
Maquillaje	Maquillaje de pasarela	Ojos muy maquillados, colores muy intensos, pinceladas. El resto del maquillaje era neutro.
Música	Instrumental	Música electrónica



Miuccia Prada 2014. Ilustraciones Jeanne Detallante.

Casa de Moda	Prada
País	Italia
Autor	Miuccia Prada, Miuccia Prada nació en 1949. Habituada al mundo de la moda desde pequeña, su abuelo fue el fundador en 1913 de una compañía de complementos de lujo, realizados en piel, que se vendían en la galería Vittorio Emanuele. Esta marca se hizo conocida rápidamente por sus artículos de cuero de excelente calidad. Estudió Ciencias Políticas. A la par de sus estudios, actuaba como mimo en el teatro Piccolo de Milán, era miembro de un partido comunista, y defensora de los derechos de la mujer a principios de los 70. En 1978 toma las riendas de la empresa familiar que hasta ese entonces estaban en manos de su madre. Las principales características de sus diseños son sobriedad, elegancia y monocromía, un estilo que arrasó en la década de los 90 y que sigue marcando tendencia.
Colección/año	2014.
Genealogía	Alta Costura. Influencia pop art.
B/n-color. Fotografía.	Color
Soporte	Vestido funcional
Circunstancia	Evento
Carácter	Formal
Nivel interpretativo	Los murales de pop-art retrataron un sentido de lucha y poder, una idea a menudo explorado dentro de las colecciones de activistas de Prada de intención feminista. De paredes de color rosa caramelo y diademas florales, a oscuras, caras sombreadas, los murales personificaban la mujer de Prada como un personaje atado con peculiaridades. Hasta cierto punto, hacen referencia a un joven Miuccia durante la década de 1970; el estudiante mímica y miembro del partido comunista, con una licenciatura en ciencias políticas, que se hizo cargo del negocio familiar 29 años de edad y posteriormente transforman su <i>ethos</i> . Miuccia también ha declarado que quiere <i>inspirar a las mujeres para luchar</i> . Parece extraño que una diseñadora de éxito se meta en esas luchas con los tiempos que vivimos,

vende todo lo que toca, no necesita aparentar nada. Pues es precisamente eso lo que la hace más creíble y admirable, ya que es capaz de crear una colección exquisita en materiales, texturas, colorido, sin dejar de buscar un mundo mejor, en el que nada está ganado. La referencia cultural viene expresada en esta colección por la belleza extraña de sus diseños que recogen la obra de la artista Jeanne Detallante, Gabriel Specter o el color que irradiaba en sus obras el gran Richard Lindner, para mezclarlo con naturalidad con lentejuelas, tejidos de punto y pieles. Además de impregnar toda la colección de una estética ochentera con los sujetadores que se superponían a las prendas o los calcetines hasta la rodilla. Y la intención de darle un aspecto tribal a toda la colección nos lo muestra con las plumas de colores que llevaban las modelos.

Característica de la foto, otras fotos de la colección.

Plano general, buena composición, luz fuerte dejando a la modelo iluminada. Detalles de una de los murales del desfile.



EJEMPLO N°15

SEGUNDIDAD



Vestido Alta Costura, primavera-verano 2014. Colección *El jardín del Edén* Valentino.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta en A	Estamos ante una silueta clásica, elegante, que realza la figura femenina. Un modelo nostálgico.
Proporción y línea	Proporción. Presencia de líneas rectas.	Vestido romántico, proporcionado, con líneas rectas que estilizan la figura.
Ritmo	Homogéneo	Goza de bastante ritmo y belleza.
Funcionalidad	Funcional	Vestido para un evento especial.
Detalles	Bordados y abalorios	Esta pieza está llena de delicados y bellos detalles, el cuadro queda bordado con hilo de seda sobre la pieza, además cuenta con nobles encajes cosidos sobre el tul y con pedrería y pequeñas lentejuelas y cristales que complementan la creación. Sobre el tul encontramos una obra de arte en cuanto al bordado, la <i>Maison</i> Valentino ha bordado a mano el lienzo de Cranach convirtiendo a esta pieza en una obra única, de una belleza espectacular. Para los bordados han utilizado hilo

		de seda. La falda es una pieza única. El top también se hace único a medida que los bordados sutiles y finos recorren y dar forma al cuerpo de la mujer.
Color	Circonio	Color circonio, en escala de blanco grisáceo con tonos malvas. Esta gama de colores aportan al vestido romanticismo.
Tejidos	Tejido rígido. Tul	Tul de color circonio es el protagonista, material rígido que permite ampliar el volumen de la pieza.
Estampados y adornos	Sin estampado	
Materialidad	Si goza de materialidad	Para los que conocen la obra de Cranach, es evidente que el vestido nos traslada a este lienzo.
Escenografía	Escenografía que acompaña al concepto	El desfile ha sido una unión entre música, arte y diseño que ha conseguido enriquecer el mundo de la moda. Las 72 creaciones de <i>Maison</i> Valentino representan un universo mitológico que se fusiona con la ‘simplicidad mediterránea’. El desfile tuvo lugar en el palacete Salomon de Rothschild en París. Los murales que cubrían las salas eran una imitación de los murales de la ópera de Roma.
Tipo de desfile	Clásico	Desfile clásico, donde las modelos presentaban con una actitud tranquila y buen paso las distintas creaciones.
Actitud de la modelo	Relajada	Relajada y delicada
Maquillaje	Maquillaje de pasarela	Natural.
Música	Instrumental	Música clásica instrumental.



***Adán y Eva* (1526) de Lucas Cranach el Viejo. Vestido de Valentino primavera-verano Alta Costura 2014**

Casa de Moda	Valentino
País	Italia
Autor	Siendo muy joven se mudó a París persiguiendo su intención de ser costurero y huyendo de Voghera, su pueblo natal en Italia. Instalado en la Ciudad de la Luz, trabajó en los <i>ateliers</i> de Jean Dessey y Guy Laroche. Poco después regresó a Italia y junto a su socio Giancarlo Giammetti fundó su propia marca: Valentino. Buscador infatigable de la belleza femenina, su carrera sigue una línea recta alejada de la tendencia. En 2008, coincidiendo con los fastos romanos organizados para celebrar sus 45 años en el mundo de la moda, Valentino anuncia su retirada. Maria Grazia Chiuri y Pier Paolo Piccioli, responsables de accesorios durante los últimos diez años, fueron los encargados de tomar las riendas de la dirección creativa. En 2012, una sociedad ubicada en Catar ha llegado a un acuerdo para hacerse con el control total de la compañía manteniendo, eso sí, el carácter ultra femenino de sus creaciones.
Colección/año	2014
Genealogía	Alta costura
B/n-color. Fotografía.	Color
Soporte	Vestido funcional
Circunstancia	Evento
Carácter	Formal
Nivel interpretativo	Entre los diseños más característicos de este desfile, destaca la representación de <i>Adán y Eva</i> de Lucas Cranach en un vestido de tul color circonio bordado en hilos de seda que seguía la línea de naturaleza humana y mitológica, y con 2.200 horas de trabajo para su elaboración. Este es uno de los motivos por los que la <i>Maison</i> Valentino ha traspasado los límites de lo convencional y ha entrado en un mundo de fantasía, imaginación y sueños a través de la moda. Los diseños de Valentino parten de la naturaleza y de lo más primitivo del hombre para convertirse en creaciones con formas innovadores que se reflejan en corsés y espaldas totalmente

	descubiertas junto a vestidos sin cuello y sobrios.
<p>Característica de la foto, otras fotos de la colección. Plano general, buena composición, luz fuerte dejando a la modelo iluminada.</p>	

EJEMPLO N°16

SEGUNDIDAD



Vestido Alta Costura, primavera-verano 2015 de Dolce and Gabbana.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta en 0	Silueta ovalada, ceñida en la parte superior e inferior. La parte central queda realzada por el tipo de silueta y el volumen que el diseñador ha elegido. El peso de la composición está en la parte de abajo donde se encuentran todos los adornos y detalles realizados por los diseñadores.
Proporción y línea	Proporción Líneas curvas	Goza de una proporción limpia, femenina y muy elegante, respeta las curvas y el cuerpo femenino.
Ritmo	Dinámico	Es una obra cargada de ritmo gracias a su composición y motivos.
Funcionalidad	Funcional	Vestido funcional.
Detalles	Bordado de flores Uso de complementos: Tocado y collar	Vemos que el punto de fuga del vestido lo conforma el jarrón cargado de flores, un delicado trabajo de bordados, superposiciones, elementos como los cristales, el hilo de seda dan vida a este jarrón y a sus flores. Es muy interesante como divide el vestido en distintos planos donde sutilmente encaja los elementos que conforman la pieza en la que se inspiran los italianos.
Color	Predominan los tonos fríos	Destacan los colores puros sin ningún

	pero también hay un uso de cálidos.	tipo de mezcla, con el fin de generar lo que quería cambiar el impresionismo en su respectiva época, frente a un ambiente de crisis, alejándolo del pesimismo y atrayéndolo hacia la fe: “Este ambiente de crisis lleva a una renovación de las tendencias idealistas y místicas y origina una fuerte corriente de fe”.
Tejidos	Tejido rígido	Utiliza una seda salvaje con texturas que plasman la pincelada descompuesta de Van Gogh.
Estampados y adornos	Sin estampado	El bordado sustituye al estampado.
Materialidad	Si goza de bastante materialidad	Podemos sentir como a simple vista estamos frente a un jarrón..
Escenografía	La escenografía evoca con sus adornos florales al impresionismo.	El <i>Teatro alla Scala</i> en Milán es uno de los teatros de ópera más famosos del mundo. Su sobrio aspecto exterior envuelve una belleza antigua que no deja de sorprender a sus visitantes. Toda se escenografía se inspiraba en el universo floral, grandes espejos, con grandes jarrones de cerámica cargados de flores.
Tipo de desfile	Clásico	Clásico.
Actitud de la modelo	Relajada	Relajada, tranquila
Maquillaje	Maquillaje de pasarela	Natural.
Música	Clásica	Música clásica

TERCERIDAD



Flores en un jarrón azul de Vincent Van Gogh 1887. Desfile de primavera-verano 2015 Alta Costura de Dolce & Gabbana.

Casa de Moda	Dolce and Gabbana
País	Italia
Autor	Dolce and Gabbana. Esta casa fue fundada por Doménico Dolce y Stefano Gabbana. Aunque inicialmente comenzaron diseñando ropa, actualmente la empresa ha diversificado su oferta diseñando desde complementos (gafas, relojes, anillos...) y perfumes a móviles (V3 de Dolce & Gabbana) o incluso restaurantes. Dolce & Gabbana es muy popular por sus diseños entre los artistas de Hollywood; han diseñado ropa para Madonna, Gisele Bündchen, Mónica Bellucci, Ayumi Hamasaki, Isabella Rossellini, Lady Gaga, Britney Spears, Kylie Minogue entre otros. La sede de la compañía está situada en Milán. En esta colección hicieron un claro homenaje a los pintores impresionistas, especialmente a la figura de Vincent Van Gogh.
Colección/año	2014
Genealogía	Alta costura. Impresionismo
B/n-color. Fotografía.	Color
Soporte	Vestido funcional
Circunstancia	Evento.
Carácter	Formal
Nivel interpretativo	Una vez más los diseñadores italianos buscan la inspiración en el arte con la magistral recreación de Van Gogh. Su intención era transformar a las mujeres en obras de arte viviente, vemos claramente que el vestido es una clara representación del lienzo, con unas composiciones muy bien repartidas en el soporte, se puede observar el cielo, la mesa donde descansa el jarrón y el universo floral que se abre ante nosotros. El jarrón

al igual que en la obra de Van Gogh es el componente principal, cargado de bellos y pequeños detalles, como sutiles bordados, encajes y cristales.

Característica de la foto, otras fotos de la colección.

Plano general, buena composición, luz fuerte dejando a la modelo iluminada.



EJEMPLO N°17

SEGUNDIDAD



Vestido n° 8 de la colección de Alta Costura primavera-verano 2015.Viktor & Rolf.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta de tipo A	Toda la colección está representada por vestidos baby dolls (silueta tipo A), tres requisitos imprescindibles. Manga corta, largo de minifalda y cuello a la caja. Sin embargo, la silueta del vestido rompe con lo clásico, y toma volúmenes de forma inesperada
Proporción y línea	Vestido desproporcionado Presencia de líneas rectas y diagonales.	Se aprecia una proporción muy particular, la desproporción la hace original, divertida, no perfila las curvas de la modelo ni ayuda a potenciar su línea. Rompe con todo lo establecido como sus diseñadores. La ruptura de las líneas en la silueta indica el inicio de una estructura floral, unida al vestido. Se observan también líneas curvas que potencian el volumen, lo cual se traduce en movimiento y dinamismo. Las líneas verticales estilizan la figura femenina y le aportan dignidad y formalidad al modelo. Las líneas diagonales refuerzan este efecto de esbeltez y consiguen aportar cierto dinamismo al vestido.
Ritmo	Dinámico	Esta creación está llena de ritmo, sus continuos volantes, su estampado y

		las estructuras florales, dotan de muchísimo ritmo a esta particular composición..
Funcionalidad	No funcional	En este caso se duda respecto a su funcionalidad, acontecimiento que se repetirá a lo largo de las muestras documentales que iremos presentando. De hecho tres vestidos de esta colección fueron comprados por el mecenas de arte Han Nefkens, que donará al Museo de Rotterdam Boijmans Van Beuningen.
Detalles	Motivos florales Adornos. sombrero	Se aprecia un universo de detalles. Desde la composición floral que vemos en la parte izquierda del vestido, hasta los lazos y el sombrero de paja utilizado para su presentación. Todo esto nos remite a rasgos de la vida de Van Gogh, quien se caracterizaba por llevar un sombrero de paja en sus largas sesiones de pinturas. Por otro lado, este pintor realizó muchos y muy diversos estudios sobre las flores. Parece ser que esta práctica la realizaba porque le resultaba mucho más barato pintar flores que contratar y pagar a modelos. El hecho de situar en uno de los laterales ese universo floral provoca en el espectador estar físicamente frente a una de los bodegones del artista. Es un recurso y muestra excelente del lenguaje plural de la obra de Viktor & Rolf.
Color	Tonos cálidos	Amarillos y verdes son los tonos principales, también se puede observar la presencia del negro y el fondo blanco. Tonos suaves, sin estridencias. A pesar que el uso de los tonos cálidos provoca en el espectador cercanía, en gran parte de la obra de Van Gogh pese a su continuo uso de colores cálidos se percibe discordancia, el color amarillo se muestra con toques de verde, y el negro, cuya función es delimitar las formas en el estampado. Aparentemente bien organizados en el diseño pero también provocan cierto desequilibrio.
Tejido	Tejidos rígidos: algodón y tull.	El tejido utilizado es un algodón printado y un tul que potencia los volúmenes en sus volantes. Ambos tejidos rígidos que ayudan a mantener la esencia escultórica del vestido.
Estampados y adornos	Estampado floral	Los estampados están realizados con la técnica del Batik, teñido con creas, y los textiles impresos en bloque ampliamente populares en África

		occidental y central. Para el diseño de los prints los diseñadores han trabajado con Vlisco, empresa holandesa especializada en este estilo.
Materialidad	Si goza de bastante materialidad	No podemos poner en duda la materialidad del vestido, desafía a la gravedad y llama a la primavera. El vestido transmite una sensación de presencia física.
Escenografía	Paisaje rural impresionista	La pasarela tuvo lugar en el Salón de Alta Costura en París. Este elemento se convierte finalmente en los tres elementos que se repiten a lo largo de toda la colección: El vestido baby dolls, las sandalias y el sombrero de paja, haciendo alusión a los paisajes rurales impresionistas.
Tipo de desfile	Clásico	Desfile clásico, pasarela rectangular.
Actitud de la modelo	Relajada	Pensativa, sensible.
Maquillaje	Maquillaje de día	Natural
Música	Instrumental con voz femenina	Invita al relax y a la reflexión.

TERCERIDAD



Vestido de la colección primavera-verano 2014. *Los girasoles* de Van Gogh 1888.

Casa de Moda	Viktor & Rolf.
País	Holanda
Autor	Viktor & Rolf. Viktor Horsting y Rolf Snoeren se conocieron mientras estudiaban en la Academia de Arnhem de Arte y Diseño en los Países Bajos. Comenzaron a trabajar juntos después de la graduación. Discípulos de Martin Margiela decidieron apostar por su propia firma, actualmente trabajan la Alta Costura y los perfumes. Conocidos por su buen hacer y por su vínculo con el arte estos dos holandeses sorprenden siempre con sus colecciones.
Colección/año	Primavera- verano. 2015.
Genealogía	Alta costura. Impresionismo rural.
B/n-color (Fotografía)	Color.
Soporte	Vestido (no funcional)
Circunstancia	Evento o exposición
Carácter	Formal
Nivel interpretativo	La colección se inspira en la energía cruda, de la representación exuberante, del pintor Vincent Van Gogh de la zona rural. Con una línea de vestidos tipo <i>baby doll</i> con <i>prints</i> de flores acompañados de sombreros de paja y sandalias, crean la base de un conjunto de miradas cada vez más coloridas y escultóricas. Los verdes y los amarillos dominan la composición contrastando con la línea de los contornos oscuros recordándonos a los paisajes que el pintor realizaba en su estancia en Auvers.
<p>Característica de la foto, otras fotos de la colección.</p> <p>Plano general, líneas suaves, extrema textura, composición limpia e iluminación fuerte que realza si cabe más la pieza en la composición.</p>	

EJEMPLO N°18

SEGUNDIDAD



Vestido otoño- invierno colección de Alta Costura 2015.Viktor & Rolf.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta A	En toda la colección apreciamos siluetas en A, este referente corresponde a siluetas clásicas. En su última colección Viktor & Rolf proponen de nuevo la fórmula de ruptura con lo clásico a través de sus siluetas. En este caso los ángulos proyectados, el volumen y las líneas evocan a una silueta un tanto abstracta que hacen que dudemos del objeto que estamos viendo. Singulares asimetrías, cortes que parecen realizados con una motosierra, como si tratase de una escultura que puede desmontarse y volverse a plegar. Los diseñadores hacen un guiño de nuevo al arte, utilizando los vestidos como si se tratasen de lienzos. Inspiración que logra dar relevancia a una creación digna de estructuras que logran revitalizar la función creativa al explorar diferentes ángulos del traje sin perder de vista la silueta corporal.
Proporción y línea	Desproporcionado Uso de líneas rectas (verticales, horizontales y diagonales)	Aunque el concepto de proporción no existe en conjunto, sí que podemos apreciar ciertas proporciones en los ángulos y

		detalles de la pieza. Los vestidos en primer momento se presentan como lienzos que podemos admirar, los diseñadores presentes en la pasarela son las encargadas de poner y trabajar la forma y la proporción en las modelos que como maniquís esperan a ver su obra terminada y colocada para poder desfilan. Hay una gran cantidad de líneas, horizontales, verticales, diagonales, todo esto implica el estudio y el nivel de perfección que estos dos grandes maestros de la Alta Costura pueden alcanzar.
Ritmo	Dinámico	Es una obra con muchísimo ritmo casi estridente.
Funcionalidad	Vestido no funcional	Vestido no funcional. Obra de arte.
Detalles	Uso de adornos, marcos dorados.	Apreciamos gran cantidad de detalles en esta pieza, desde la proporción y silueta, hasta los marcos que sirven como adornos, a veces tanto en cuello como en manos. A modo de collares y pulseras abstractos.
Color	Presencia de blanco y tonos tendencialmente oscuros y fríos.	Fondo blanco con una abierta gama de colores oscuros. Diseños salpicados de manchas artísticas que nos recuerdan a Pollock. Otros modelos con estampados pintados de rostros que dan apariencia de pinturas de más de un siglo.
Tejidos	Tejidos rígidos que potencian la materialidad. Algodón.	La genialidad reside en esas prendas bases de algodón de cortes sencillos que quedan cubiertas por esos grandes lienzos indomables pintados que incluso incluyen marcos. Todo esto mezclado con denim.
Estampados y adornos	Presencia de estampados	Salpicaduras gigantes que parecían haber sido hechas con aerógrafos recordándonos al expresionismo de Pollock y se mezclaban con bodegones y con retratos antiguos de personajes del siglo XVIII.
Materialidad	Si goza de bastante materialidad	Que surge mediante la exposición de piezas de arte colgadas en un lienzo blanco en las cuales van pinceladas rostros y salpicadas de pintura, todo en marcos de madera que se despliegan y aparece una variedad de formas interesantes en las cuales bajo un básico vestido uniforme con gotas de color situadas visiblemente para generar contraste, se ensambla una de esas pinturas para iniciar su recorrido por la galería de arte.
Escenografía	La pasarela se transformó para el desfile en un espacio de paredes blancas donde se	La pasarela tuvo lugar en el Salón de Alta Costura en París. La sensación del público era la de estar en un

	podía apreciar la presencia de lienzos colgados en las paredes simulando a cuadros.	museo presenciando una performance artística.
Tipo de desfile	Conceptual	Desfile conceptual, con ciertos aires teatrales, muy dinámico, pasarela rectangular, iluminación fuerte. Como si estuviésemos en un museo. Los dos diseñadores son protagonistas de su desfile, como maestros del arte muestran los lienzos que más tarde serán deconstruidos y vueltos a construir en el cuerpo de la modelo.
Actitud de la modelo	Rígida, sin expresión.	Rígida como un soporte.
Maquillaje	De día	Natural
Música	Música electrónica.	Música electrónica.

TERCERIDAD



Casa de Moda	Viktor & Rolf.
País	Holanda
Autor	Viktor & Rolf. Viktor Horsting y Rolf Snoeren se conocieron mientras estudiaban en la Academia de Arnhem de Arte y Diseño en los Países Bajos. Comenzaron a trabajar juntos después de la graduación. Discípulos de Martin Margiela decidieron apostar por su propia firma, actualmente trabajan la Alta Costura y los perfumes. Conocidos por su buen hacer y por su vínculo con el arte estos dos holandeses sorprenden siempre con sus colecciones. Viktor & Rolf nos dan la respuesta en su último desfile de Alta Costura, donde las modelos se paseaban envueltas en tela de canvas, como si a los lienzos les hubieran quitado los marcos. Viktor & Rolf son diseñadores que defienden la moda como arte. Esta muestra hace gala de ello.
Colección/año	Otoño- invierno 2015
Genealogía	Alta costura. Abstracta.
B/n-color. Fotografía.	Color.
Soporte	Vestido no funcional
Circunstancia	Evento
Carácter	Formal
Nivel interpretativo	El espectáculo comenzó mostrando trajes y faldas confeccionados con tejidos rígidos que recordaban a los lienzos, adornados con lo que parecían fragmentos rotos de marcos de madera que las modelos se colgaron con cuidado alrededor del cuello. El desfile estaba organizado a modo de museo, los diseñadores colgaban sus obras en la pared, según las modelos iban desfilando. El efecto era como si la modelo hubiese surgido de la tela después de una explosión, y se hubiese envuelto en los fragmentos y en los restos del marco que habían quedado. A medida que las modelos iban desfilando, las telas iban adquiriendo más color por medio de salpicaduras gigantes que parecían haber sido hechas con

aerógrafos y se mezclaban con bodegones y con retratos antiguos de personajes del siglo XVIII. Las prendas también se iban sofisticando prestando especial atención a los pliegues y a los largos. También lucían marcos alrededor de sus cuellos y muñecas, como si de collares y pulseras abstractas se tratara. Tal vez, éstos eran incómodos de llevar pero las modelos lo hacían con gracia.

Característica de la foto, otras fotos de la colección.

Plano general, líneas suaves, extrema textura, composición limpia e iluminación fuerte que realza si cabe más la pieza en la composición.



ANEXO II. ÍNDICE DE IMÁGENES

- Figura 1.** *Les metiers*, 1635 de Abraham Bosse. P.90.
- Figura 2.** *Retorno del hijo pródigo*, 1635. Abraham Bosse. P.90
- Figura 3.** Jardín de la casa Fortuny y Almuerzo en la Alhambra. P.127.
- Figura 4.** *Knossos* de Mariano Fortuny de 1907. P.129.
- Figura 5.** Vestido *Delphos* de Mariano Fortuny 1912. P.131.
- Figura 6.** *Pleats Please* de Miyake de 1990. P.134.
- Figura 7.** Bolso Gaudí, con motivo de la celebración del Año Internacional Gaudí 2002, esta centenaria casa se ha unido a las celebraciones que se están organizando en homenaje al arquitecto catalán. P.134.
- Figura 8.** El aroma de una pequeña obra de arte inspirada en *Las Meninas* de Velázquez. Perfume creado por Loewe. P.135.
- Figura 9.** Perfume *Rosine* de Paul Poiret. P.143.
- Figura 10.** Imágenes de Susanne Lenglen jugando al tenis en 1921. P.148.
- Figura 11.** Velázquez Infanta Margarita. Balenciaga 1963. P.158.
- Figura 12.** Velázquez Infanta Margarita. Balenciaga 1963. P.158.
- Figura 13.** Zurbarán *Santa Casilda*. Balenciaga 1950. P.159.
- Figura 14.** Zurbarán *Santa Dorotea*. Balenciaga 1954 P.159.
- Figura 15.** Zurbarán, *San Francisco*. Balenciaga, 1950. P.160.
- Figura 16.** Zurbarán *Saint Serapion*. Balenciaga, 1951. P.160.
- Figura 17.** *La Duquesa de Alba* de Francisco de Goya. Balenciaga, 1967. P. 161.
- Figura 18.** *Doña Isabel de Porcel* de Francisco de Goya. Balenciaga 1940. P.162
- Figura 19.** *Manola* por Francisco de Goya. Balenciaga 1950. P.162.
- Figura 20.** *Cardenal LM Borbón*. Balenciaga, 1950. P.163.
- Figura 21.** Manet. Balenciaga 1952. P.163.
- Figura 22.** *The wedding reception* (1900) de Beraud. Balenciaga 1956. P. 164
- Figura 23.** Detalle del cuadro *Mujeres en el jardín* (1886) de Manet. Balenciaga, 1954.P.164.
- Figura 24.** Imágenes de algunos de los diseños de Asunción Bastida. P.166.
- Figura 25.** El maestro Pedro Rodríguez con dos de sus modelos. P.167.
- Figura 26.** Imágenes de la actriz Catherine Deneuve. P.180.
- Figura 27.** Fotogramas de la película *Un tranvía llamado deseo* (1951). P.185.
- Figura 28.** Monokini de Gernreich 1964. P.191.
- Figura 29.** Jean Fonda como *Barbarella* de Roger Vadim 1968. P.192.
- Figura 30.** Sombrero zapato de Elsa Schiaparelli de 1927. P.308.
- Figura 31.** Figura 31. Izquierda. Marc Chagall posa junto a la modelo neoyorkina Ivy Nicholson en su estudio de Vence, Francia, 1955 (Fotografía de Mark Shaw). Derecha. Anne Gunning y Fernand Léger, en el estudio parisino que el pintor ocupaba desde 1913, (Fotografía de Mark Shaw). P.309.
- Figura 32.** Izquierda. Picasso con la modelo francesa Bettina Graziani, en el estudio del artista que se encontraba en su recién estrenada residencia Villa "La Californie",

Cannes, 1955 (Fotografía de Mark Shaw). Derecha. Margaret Philips junto a Joan Miró, en el estudio del pintor, 1955 (Fotografía de Mark Shaw). P.310.

Figura 33. Vestido de la colección otoño-invierno 2014. Cuadro de Esteban Vicente. P.310.

Figura 34. Arriba. Diseño de Vaudelet, 2013. Lienzo *Extremadura* de Joaquín Sorolla (1917). Abajo. Diseño de Vaudelet. Lienzo *El baile* de Joaquín Sorolla (1915). P.312.

Figura 35. Fotografía de la campaña publicitaria de Pal Zaleri. Colección primavera-verano 2014. P.313.

Figura 36. Arriba. Comparativa visual: escena de la película *La sombra de la duda*, los primeros planos recuerdan a *Street Scene*, Gloucester (1934), o a cualquier retrato rural de Hopper, donde aísla los elementos básicos de la vida americana y, en su quietud y soledad, nos obliga a observar esa tensión, ese miedo, que se esconde tras sus ventanas. Abajo. Comparativa visual: escena de la película *Extraños en un tren*. Hitchcock se inspira para su puesta en escena en la expresionista composición del grabado de Edward Hopper *Night Shadows* (1921). En ella, el encuadre en picado y oblicuo al personaje, surcado de sombras pronunciadas que amenazan al personaje, sirve de metáfora de la pesadilla social vivida, en silencio, por estos personajes extirpados de su rutina confortable. P.314.

Figura 37. Comparativa visual. Algunos planos de *El grito* (1957), de Antonioni, son muy parecidas a las escenas dibujadas en cuadros como *Gas* o *Four Lane Road* de 1956. P.315.

Figura 38. Comparativa visual. Wim Wenders también homenajeó la obra *Nighthawks* (1942) de Hopper en *El final de la violencia* (1997). Wenders solía decir que “hay sitios en Estados Unidos donde pones la cámara y te sale un cuadro de Hopper”. P.315.

Figura 39. Cuadro *Rooms by the sea* de Hopper. (1951). P.316.

Figura 40. Cuadro *Dawn in Pennsylvania* de Hopper (1946). P.316.

Figura 41. *The Automat*, Hopper, 1927. Joel Peter Witkin para New York Times, 2006. P.317.

Figura 42. Yayoi Kusama para Louis Vuitton 2012. P.318.

Figura 43. Yayoi Kusama para Louis Vuitton 2012. P.318.

Figura 44. Tienda 5ª Avenida de Nueva York, decorada por Yayoi Kusama para Louis Vuitton 2012. P.319.

Figura 45. Vestido *Delphos*. Mariano Fortuny. 1912. P. 320.

Figura 46. Peggy Guggenheim, Venecia 1966. P.321.

Figura 47. *Santa Casilda*. Zurbarán 1643. P.324.

Figura 48. Eva Yerbabuena por Benhayer. P.325.

Figura 49. Sala exposición de Givenchy en el Thyssen Bornemisza, 2014. P.326.

Figura 50. Sala exposición de Givenchy en el Thyssen Bornemisza, 2014. P.326.

Figura 51. Sala exposición de Givenchy en el Thyssen, 2014. Cuadro de Joan Miró y vestido de Givenchy. P.327.

Figura 52. Fotografías de la exposición del suizo Jean Clemmer. P.328.

Figura 53. Fotografías de la exposición del suizo Jean Clemmer. P.328.

Figura 54. Fotografías de la exposición del suizo Jean Clemmer. P.328.

Figura 55. Fotografía del Pabellón Chanel de París. P.332.

- Figura 56.** Fotografía del Pabellón Chanel de París. P.332.
- Figura 57.** Fotografía del Pabellón Chanel de París. P.332.
- Figura 58.** Diseño de Zaha Hadid para Chanel ubicada en París. P.333.
- Figura 59.** Fundación Louis Vuitton, París. P. 334
- Figura 60.** Tienda de Issey Miyake, Nueva York. P.334.
- Figura 61.** Tienda Prada Nueva York. P.335.
- Figura 62.** Pieza de la colección de primavera-verano John Galliano para Dior, 2009. P.336.
- Figura 63.** Pieza de la colección de primavera-verano John Galliano para Dior, 2009. P.336.
- Figura 64.** Parte de la muestra de la colección otoño-invierno de DelPozo 2015. P.337.
- Figura 65.** Una de las piezas más aplaudidas de la colección otoño-invierno de DelPozo 2015. P.338.
- Figura 66.** Fotografías de la colección de primavera-verano 2006. Emanuel Ungaro. P.338.
- Figura 67.** Fotografías de la colección de primavera-verano 2006. Emanuel Ungaro. P.338.
- Figura 68.** Comparativa visual. Vestido de la colección primavera-verano 2014 de Aquilano Rimondi. Cuadro *The sorvered of Hiva Oa* de Gauguin 1902. P. 339.
- Figura 69.** Comparativa visual. Abrigo de la colección de otoño-invierno Martin Margiela 2014. Gauguin 1896. P.340.
- Figura 70.** Benhayer colección otoño- invierno 2011. P.341.
- Figura 71.** Dolores Cortés. Colección primavera-verano 2009/2010. P.341.
- Figura 72.** Colección otoño-invierno de Agatha Ruiz de la Prada (2009) y el surrealismo. P.342.
- Figura 73.** Colección primavera-verano de Agatha Ruiz de la Prada (2008) y Las meninas de Velázquez. P.342.
- Figura 74.** Creaciones de novia de Juan Andrés Monpó. 2011. P.343.
- Figura 75.** Ailanto colección primavera-verano 2014. P.343.
- Figura 76.** Maria Antonietta, traje de corte. 1778. P.348.
- Figura 77.** *New Look* de Christian Dior 1950. P.350.
- Figura 78.** Piezas de la colección primavera-verano 2015 de Gareth Pugh. Vemos una silueta en el modelo blanco de Pugh que evoca a la silueta de reloj de arena, parte superior inferior proporcionada. En el modelo negro apreciamos una silueta en forma de A, con más volumen en la parte inferior. P.352.
- Figura 79.** Balenciaga años 50. Este modelo puede evocarnos con el juego de líneas y volúmenes a una flor. La silueta es un ejemplo de V tubular. P.352.
- Figura 80.** Comme des Garçons. Abrigo con forma de silueta ovalada. P.353.
- Figura 81.** Jean Paul Gaultier, prendas con silueta de reloj de arena (X) con bastante presencia de líneas curvas y movimiento de inspiración futurista. P.353.
- Figura 82.** Azzedine Alaïa. Líneas estáticas, cortes puros y limpios. Ejemplo de silueta A. P.354.
- Figura 83.** Bocetos sobre la proporción del maestro Balenciaga 1950. P.355.

Figura 84. Izquierda vestido ligeramente desproporcionado. Derecha vestido proporcionado. P.356.

Figura 85. Estudio de las líneas del cuerpo. P.359.

Figuras 86 y 87. Chanel: Karl Lagerfeld redefine las líneas horizontales clásicas, románticas de la firma con una visión más moderna. Colección 2011. P.359.

Figuras 88 y 89. Conjunto de minifalda recta y chaqueta con cuello recto y capucha, y mangas rectas hasta los codos, rayado, con gruesas líneas verticales naranjas y blancas. *Trench* de anchas rayas negras y blancas verticales, de cuatro bolsillos, de botón, y botonadura central, cuello de solapas abiertas, mangas por debajo del codo y largo minifalda. Moschino 2013. P.360.

Figura 90. Diseños vanguardistas de George Chakra. Vestidos con godets y mucho volumen. P.361.

Figura 91. Creaciones de Chistian Dior colección otoño-invierno 2013/2014. P.361.

Figura 92. Diseño de John Galliano para Dior 2003. Vestido inspirado en la cultura egipcia. Ante la inmensidad de detalles, brillos y adornos, esta pieza logra encontrar en el ritmo una unicidad, una homogeneidad, pese a los volúmenes y cambios presentes. P.363.

Figuras 93 y 94. Diseños de John Galliano para Dior. En estas piezas vemos como los colores contrastados, los distintos volúmenes y cortes de las prendas consiguen tener un valor independiente a todo el resto de la composición. Visualmente este marcado ritmo dinámico te obliga a visualizar la composición por bloques. P.363.

Figura 95 y 96. Algunos de los originales diseños de la colección primavera-verano 2015. P.365.

Figura 97. Algunas de las originales y geniales obras de Alexander McQueen. Se duda del carácter funcional de estas piezas por eso construyen un buen ejemplo de prendas no funcionales. P.365.

Figura 98. *Adán y Eva* (1526) de Lucas Cranach *el Viejo* en el desfile de Valentino de la colección primavera-verano Alta Costura 2014. La obra del pintor alemán aparece en un vestido glorioso dando vida al Edén, en una colección plagada de referencias artísticas. P. 370.

Figura 99. Diseño de Jean Paul Gaultier, en la imagen puede apreciarse el fuerte uso en los detalles de piezas de bisutería que funcionan como adornos personales del diseño. P.370.

Figura 100. Comparativa visual. Colección otoño-invierno de Yves Saint Laurent 1998. *Los girasoles* de Van Gogh. P.375.

Figura 101. Comparativa visual. Colección primavera-verano de John Galliano 2008. *Retrato de Adele Boch*, Klimt. P.376.

Figura 102. Comparativa visual. Colección otoño-invierno de Yves Saint Laurent, 1998. *Los lirios* de Van Gogh (1889). P.376.

Figura 103. Comparativa visual. Colección primavera-verano de Rodarte, 2012. Modelo inspirado en *Almendros en flor* de Van Gogh (1890). P.377.

Figura 104. Colección primavera-verano de Louis Vuitton 2013, inspirado en el movimiento Op art. P.378.

- Figura 105.** Comparativa visual. Modelo de John Galliano para Dior, 2007. *White Center* de Mark Rothko 1950. P. 379.
- Figura 106.** Elie Saab, colección Alta Costura otoño-invierno 2014-2015. Inspiración impresionista. P.381.
- Figura 107.** Colección primavera-verano de Chanel, 2014. P.382.
- Figura 108.** Colección otoño-invierno de Viktor & Rolf, 2014. P.382.
- Figuras 109 y 110.** Muestras de piezas realizadas con tejidos flexibles. P.383.
- Figura 111.** Colección primavera-verano de Elie Saab, 2015. P.384.
- Figura 112.** Colección primavera-verano de Naeem Khan, 2015. P.384.
- Figura 113.** Colección primavera-verano de Gucci, 2012. P. 386.
- Figura 114.** Comparativa visual. Colección primavera-verano de Castelbajac, 2002. Grafitis de Keith Haring. P.387.
- Figura 115.** Colección otoño-invierno de Franck Sorbier, 2011. P.388.
- Figura 116.** Comparativa visual. Colección otoño-invierno de Alexander McQueen, 2009. *Metamorfosis* de Escher 1939-1940. P.389.
- Figura 117.** Vestido del italiano Enmanuel Ungaro inspirado en las flores warholianas (1964). P.390.
- Figura 118.** Vestido de Erdem. *Flowers* de Andy Warhol (1964). P.390.
- Figura 119.** Colección otoño-invierno de Basso & Brooke, 2010. P.391.
- Figura 120.** Colección otoño-invierno de Sara Arnett, 2012. P.391.
- Figura 121.** Diseño de Paco Rabanne, ejemplo de materialidad. P.393.
- Figura 122.** Fotografía de uso editorial facilitada por el Museo Boijmans Van Beuningen, de la muestra *El futuro de la moda es ahora*, celebrada en el 2014. P.394.
- Figura 123.** Imitando la naturaleza. William Thielicke. P.398.
- Figura 124.** Tejido construido con nanotubos de carbono. Foto: Hadhuey at German. P.399.
- Figura 125.** Chaleco antibalas con relleno de hilo de araña. Ethan E. Rocke, United States Marine Corps. P. 400.
- Figuras 126 y 127.** Vestidos interactivos que reaccionan ante la luz y el movimiento. P.401.
- Figura 128.** Vestidos biodegradable para Econovias. P.402.
- Figura. 129.** El desfile de Chanel colección otoño-invierno 2010 durante la Semana de la Moda en París, marca otro hito en las presentaciones de moda. Bajo la temática del ártico, la casa de moda francesa montó una impresionante presentación en el Grand Palais. P.404.
- Figura 130.** La localización de la colección otoño-invierno 2013 de Chanel fue como siempre, el Grand Palais. Cabe destacar la escenografía: un teatro clásico en ruinas con imágenes de fondo de una metrópolis futurista. P.404.
- Figura 131.** Colección primavera verano 2012. Encargo de Chanel a Zaza Hadid, un paisaje blanco, enormes figuras y formas; criaturas marinas y corales. P.405.
- Figura 132.** Desfile de Chanel colección primavera-verano 2014. Museo de Arte Contemporáneo de París. P.405.
- Figura 133.** Imagen del desfile de Galliano para Dior, año 2005. P.410.
- Figura 134.** Imagen del desfile de Galliano para Dior, año 2007. P.410.

Figura 135. Imagen del desfile de Galliano para Dior, año 2008. Homenaje a Gustav Klimt. P.411.

Figuras 136 y 137. Imágenes del desfile de la colección primavera-verano de Marc Jacobs para Vuitton año 2012. P.412.

Figura 138. Imagen del último desfile de Marc Jacobs para Vuitton, 2013. P.413.

Figura 139. Imagen del último desfile de Marc Jacobs para Vuitton, 2013. P.414.

Figuras 140 y 141. Imágenes del desfile de la colección otoño-invierno de Alexander McQueen, año 2009. P.415.

Figura 142. Imagen del desfile de la colección otoño-invierno de Alexander McQueen, año 2009. P.416.

Figura 143. Shalom Harlow en el desfile de la colección primavera-verano de Alexander McQueen, 1999. P.417.

Figura 144. Shalom Harlow en el desfile de la colección primavera-verano de Alexander McQueen, 1999. P.417.

Figura 145. Colección primavera-verano de Chalayan 1999. P.418.

Figura 146. Colección otoño-invierno de Hussein Chalayan, 2000. P.419.

Figura 147. Colección otoño-invierno de Hussein Chalayan, 2000. P.419.

Figura 148. Pieza de la colección otoño-invierno de Rei Kawakubo, 2005. P.421.

Figura 149. Muestra de la colección otoño-invierno de Rei Kawakubo, 2006. P.421.

Figura 150. Pieza de la colección Cour Desmiracles de David Delfin, año 2002. P.423.

Figura 151. *Los amantes* de René Magritte (1928). P. 423.

Figura 152. Colección otoño-invierno de Martin Margiela, 2013. P.423.

Figuras 153. Imágenes del desfile de la colección primavera-verano de Marc Jacobs para Vuitton, año 2008. P.425.

Figura 154. Imagen detallada del maquillaje de una de las piezas de la colección otoño-invierno de Manish Arora, 2012. P.431.

Figura 155. Modelos del desfile de Jacquemus colección otoño-invierno 2015. P.432.

Figura 156. Pieza de la colección primavera-verano de Valentino, 2014. Vestido largo de tul bordado con la partitura de la Traviata de Giuseppe Verdi. P.434.

Figura 157. Pieza de la colección primavera-verano de Valentino, 2014. Vestido inspirado en el cuadro *El jardín del Edén* de Lucas Cranach (1623). P.435.

Figura 158. Pieza de la colección primavera-verano de Valentino, 2014. Vestido inspirado en la ópera de Romini. P.436.

Figura 159. Bocetos de Alexander McQueen de la colección otoño-invierno 2009. P.442.

Figura 160. Haus Der Kulturen, 1957. Vestido de Balenciaga 1965. P. 450.

Figura 161. Frank Lloyd Wright 1959. Tocado de Balenciaga, 1962. P. 450.

Figura 162. Diseño de Yohji Yamamoto Inspirado en el Walt Disney Concert Hall de Frank Gehry. P.453.

Figura 163. Pagoda oriental. Vestido de la colección otoño-invierno de Armani, 2002. P.454.

Figura 164. Diseño de zapato de Zaza Hadid para United Nude. P.455.

Figura 165. Complejo residencial diseñado por Hadid en Nueva York. P.455.

Figura 166. Sandalias de United Nude inspiradas en el Rockefeller Center de Nueva York. P.455.

Figura 167. Vestido de JI+B. *Dancing Towers*, Dubai. Zaza Hadid. P.456.

Figura 168. Vestido de JI+B. *Dorobanti Tower*, Rumania. Zaza Hadid. P.457.

Figura 169. Bolso de Timmi Woods 2008. Torre Eiffel 1887-1889. P.458.

Figura 170. Diseños de *Lautem* por Elena Garcia Silva (2015/16) inspirados en la Escuela de la Bahaus proyectada por Walter Gropius en 1923. P.459.

Figura 171. MUYBRIGDE Proyect 2008. P.460.

Figura 172. Puerto de Lyon, *cubo naranja* 2011. Francia. **Figura 173.** Vestido de la colección primavera-verano 2010 de Viktor & Rolf. P.461.

Figura 174. Ópera de Sidney, Jorn Utzon 1973. **Figura 175.** Vestido de la colección primavera-verano 2010 de Viktor & Rolf. P.462.

Figura 176. Vestido de la colección primavera-verano de Ada Zanditon, 2011. P.463.

Figura 177. Pirámides de Giza. P. 463.

Figura 178. Allianz Arena del Bayern de Munich 2005. Vestido de la colección otoño-invierno de Chanel 2012. P.464.

Figura 179. Diseños de Mary Katrantzou colección primavera-verano 2014. P.465.

Figura 180. Vestido de cóctel, llamado cuatro picos, en gazar negro de Abraham. Forma cónica ensanchado por arriba en cuatro ángulos. Balenciaga (1967). P.469.

Figura 181. Una de las muestras tomadas por Manuel Outumuro de los 60 modelos retratados para una de las exposiciones del maestro Balenciaga en Getaria. En esta imagen podemos ver una comparativa visual entre un modelo creado por Balenciaga entre 1935 -1938, y la famosa escultura Victoria de Samotracia (190 a.C.). P. 470.

Figura 182. Vestido *Bouganinvillea*, 1989. Tafetán plisado verde. Roberto Capucci. P. 471.

Figura 183. Vestido escultura *Orange* de Roberto Capucci, 1982. Terciopelo y gazar. P. 472.

Figuras 184 y 185. Fotografías del proyecto Daisy Ballon. P. 473.

Figuras 186 y 187. Varias de las muestras de la colección de Alta Costura de Rie Hosokai, 2002. P.474.

Figura 188. Vestido de la colección primavera-verano 2004 de Juanjo Oliva. P.475.

Figuras 189. Muestra realizada con piezas labradas de madera. P.477.

Figura 190. Muestra realizada con tela utilizando la técnica del origami (2007). P.477.

Figura 191. Vestido escultura realizada para la colección otoño-invierno 2011. Este vestido nos remite a la figura mitológica de Medusa. P.479.

Figura 192. Vestido realizado para la colección de otoño-invierno *Capriole* de 2011. P.480.

Figura 193. Muestras de la colección de otoño-invierno 2011. P.481.

Figura 194. Vestido de la colección otoño-invierno de Amaya Arzuaga, 2012. P.482.

Figura 195. Vestido de la colección otoño-invierno de Debota & Lomba, 2012. P.482.

Figuras 196, 197, 198 y 199. Ejemplos de esculturas de Jesús Molina. P.483.

Figuras 200 y 201. Fotografías de la Estación de Oriente Lisboa obra de Santiago Calatrava (1998). P.484.

Figura 202. Vestido de la colección primavera-verano 2009, Francis Montesinos. P.485.

Figuras 203 y 204. Piezas de la colección otoño-invierno 2015. P.486.

Figuras 205 y 206. Muestra de la colección otoño-invierno para el evento Talent Suport, 2012. P.487.

Figura 207. Piezas de la colección de otoño-invierno 2014. P.488.

Figura 208. Muestra de algunos de los diseños de Ganz, realizados con materiales reciclados. P.489.

Figura 209. Imagen de la muestra de Alaïa en Roma. 2015. P.490.

Figura 210. Imagen de la muestra de Alaïa en Roma. 2015. P.491.

Figura 211. Dos piezas de la colección *Ars Indumenti* de 2015. P.492.

Figura 212. Nueva publicidad del Corte Inglés (2013). P.494.

Figura 213. Imagen de la campaña publicitaria de Marithé (2005). P.495.

Figura 214. *La última cena* de Leonardo da Vinci (1495-1496). P.495.

Figura 215. Imagen de David LaChapelle. P.496.

Figura 216. *Santa Dorotea* de Zurbarán 1648. Loubotin 2012. P.497.

Figura 217. *Whistler's Mother* de James McNeill Whistler 1871. Loubotin 2012. P.497.

Figura 218. *Diana* (1924). Figura 209. *La chiquita piconera* (1930). Julio Romero de Torres. P.498. Imágenes de la campaña publicitaria de Wonders (2010). P.498.

Figura 219. Campaña *Secret Garden II* de Raf Simons para Dior, 2013. P.499.

Figura 220. *Almuerzo en la hierba* de Manet (1863). Campaña publicitaria *Secret Garden II* de Raf Simons colección otoño-invierno 2013 Dior. P.499.

Figura 221. *Napoleón cruzando los Alpes* de Jacques Louis David (1801) por Swooshart. P.500.

Figura 222. Imagen de la campaña publicitaria de John Galliano para Dior (2007) publicada en la revista *Harper Bazaar*. Cuadro de Jacques Louis David, *Napoleón cruzando los Alpes* de 1801. P.501.

Figura 223. Imagen de la campaña de publicidad de la colección primavera-verano del 2008, Dolce & Gabbana. P. 502.

Figura 224. Matthew Williamson en su colección primavera-verano 2001, también realizó su guiño a Pollock. P.503.

Figura 225. Tibo, colección otoño-invierno 2010. P.503.

Figura 226. Sportmax colección otoño-invierno 2014. Carolina de Mónaco con un vestido de Alta Costura de Christian Dior de la colección de otoño-invierno de 1984. P.503.

Figuras 227 y 228. Piezas de la colección de Alta Costura otoño-invierno 2009, inspiradas en la obra del expresionista abstracto Frank Stella. P. 504.

Figura 229. Vestido de la colección de Alta Costura de 1956 de Christian Dior. Cuadro *Roses Mousseuses* de Auguste Renoir (1890). P.505.

Figura 230. Vestido de la colección de Alta Costura de Raf Simons para Dior 2012. *Étude de ciel* de Edgar Degas (1869). P.506.

Figura 231. Vestido Rose Pompon, en gasa floral. Colección de Alta Costura primavera-verano 1952. La Pérgola, decorada de rosas de la Villa de Les Rhumbs en Grandville. P.506.

Figuras 232, 233, 234 y 235. Piezas de la colección otoño-invierno Chanel 2012. P.507.

Figura 236. Abrigo Suzurka-San de lino bordado a mano, de la colección de alta costura de p-v 2007, diseñado por John Galliano, e Inspirado en *La gran ola de Kanagawa*, de Katsushika Hokusai (1830-1833). P. 508.

Figura 237. Vestido de Yamamoto de la colección 2013, presentado en el Victoria & Albert Museum, Londres. P 509.

Figura 238. Conjunto del diseñador Matthew Williamson. Figura 242. Vestido de Gianbattista Valli. P 509.

Figura 239. Vestido de Blumarine primavera-verano 2015. P. 510.

Figura 240. Vestido y abrigo de la colección otoño-invierno de Alta Costura de Valentino 2014. *The Lion Hunter* de Henri Rousseau (1907). P.511.

Figuras 241 y 242. Muestras de la colección de otoño-invierno de Alta Costura de Valentino 2014. P.512.

Figura 243. *Surprised* de Henri Rousseau (1891). P. 512.

Figura 244. Pieza de la colección primavera-verano de Hermés 2014. *El sueño* (1910). P.513.

Figura 245. Muestras de la colección primavera-verano 2014 de Hermés. P.513.

Figura 246. Piezas de la colección primavera-verano 2014, Prada. P.514.

Figura 247. Diseños de Jeanne Detallante para la colección 2014 de Prada. P. 515.

Figura 248. Muestras de la colección inspirada en los diseños de Jeanne Detallante. P.515.

Figura 249. Conjunto de Jil Sander. Cuadro de Boetti (1986-1987). P.516.

Figura 250. Imagen de la colaboración entre el artista urbano Sprouse y Jacobs, 2001. P.517.

Figura 251. Modelo con detalles de la caligrafía característica del artista urbano Sprouse, último desfile de Jacobs para Vuitton, 2013. P.518.

Figura 252. Algunas de las camisetas lanzadas por Zara en el 2010. P.519.

Figura 253. Vestido de la colección primavera-verano 2010. Louise Grey. P.519.

Figura 254. Imágenes de dos de las muestras creadas por la firma americana en homenaje a Haring. Colección primavera-verano 2010. P.520.

Figura 255. Scarve del artista Kenny Scharf.2014. P.521.

Figura 256. Scarve del artista André Saraiva.2014. P.522.

Figuras 257 y 258. Muestras de la colección *Trajes lienzo* de Manuel Fernández.2010. P.523.

Figura 259. Algunas de las piezas de Alta Costura de la colección primavera-verano 2010 de Gianni Versace. P. 524.

Figura 260. Algunas de las piezas de Alta Costura de la colección primavera-verano 2012 de Elie Saab.P.524.

Figura 261. *Accumulation sculptures* por Kusama. P. 526.

Figura 262. Yayoi Kasama y su característico look. Escultura perteneciente a *Infinity nets*. P.526.

Figura 263. Muestras de las piezas realizadas por la artista para Louis Vuitton en la colección del 2012. P.527.

Figuras 264 y 265. Muestras de la serie *Horror and Surrealist Pictures*. P.528.

Figura 266. Maquillaje recargado, estructuras artísticas llevadas como trajes de moda e incluso, máscaras y prótesis faciales acompañaron la imponente figura de Bowery. P.530.

Figura 267. Piezas de la colección primavera-verano del 2007, Gareth Pugh. P.531.

Figura 268. Piezas de la colección primavera-verano de McQueen 2009.P.532.

Figura 269. Piezas de la colección primavera-verano del 2010 de Jeremy Scott. P.533.

Figura 270. Piezas de la colección primavera-verano del 2010 de Henri Holland. P. 533.

Figura 271. Piezas de la colección primavera-verano 2010 de Mary Katrantzou. P.534.

Figura 272. Portada de la revista *Love* con Beth Ditto (2009). P.534.

Figura 272 A. Portada de *Dead & Confused* octubre 1993. P.535.

Figura 273. Muestra de la colección de Petruo Man primavera-verano del 2010. P.535.

Figura 274. Shopping Bags installation, mixed media. *Insolence*, 2007. P.536.

Figura 275. A través de la instalación *Yes to All*, Fleury critica el deseo, continuamente insatisfecho, de los ciudadanos por adquirir cada vez más objetos y más caros. P.537.

Figura 276. *White gold*, trabajo realizado en el 2010 jugando con el icónico bolso Birkin de Hermès. P.538.

Figura 277. Instalación *Aura Soma* del 2002, donde Fleury juega con el icónico bote de Chanel nº 5. P.538.

Figuras 278 y 279. Muestras de la exposición *Galantería y Conversación Penal* de 2002. P.540.

Figura 280. *¿Cómo hacer estallar dos cabezas a la vez? (Damas)*, 2006 .Dos maniqués, dos pistolas, neerlandés, cera impresa textiles de algodón, zapatos, botas de montar de cuero, el zócalo. P.540.

Figura 281. Comparativa visual. Re-interpretación de Shonibare del 2001 a la obra *Los felices azares del cumpio* también conocido en inglés como *The Swing (El cumpio)*, cuadro del artista francés Jean Honoré Fragonard icono del arte rococó, realizado en 1767. P.541.

Figura 282. Re-interpretación de *Fake Death Picture* (2011) por Shonibare. P.542.

Figura 283. *Fake Death Picture* (1856) de Henri Wallis. P.542.

Figura 284. *El sueño de la razón produce monstrous*. Australia (2008) por Shonibare. Francisco de Goya. *El sueño de la razón produce monstruos*, grabado nº 43. *Los caprichos* (1797). P.543.

Figuras 285, 286, 287 y 288. Imágenes de la serie de Diary of a Victorian Dandi. Chromogenic photographs. Collections of Peter Norton and Eileen Harris Norton, Santa Monica, California. (1990). P.544.

Figura 289. Piezas de la colección *Peletería humana* de 1996. P.545.

Figura 290. Corsé de tetillas masculino de la colección *Peletería humana* de 1996. P.546.

Figura 291. Fotografía de Nicola Constantino (2006) inspirada en la *Venus del espejo* de Velázquez (1647-1651). P.547.

Figura 292. Fotografía de Nicola Constantino (2006) inspirada en *La última cena* de Leonardo da Vinci (1495-1497). P.547.

Figuras 293, 294, 295 y 296. *Dream Sequence* es un libro fotográfico multi-premiado de Sylwana Zybura de 2014. P.548.

Figuras 297, 298, 299, 300, 301 y 302. Imágenes de looks de Madame Peripetie inspirados en la escenografía de Wilson. P.549.

Figuras 303 y 304. Imágenes de las piezas que Churba creó junto a Reinoso. Prêt a Thonet. 2008. P.551.

Figuras 305 y 306. Final del desfile de la colección *Sur* de Churba 2010. Imagen del final del desfile de McQueen colección otoño-invierno 2009. P.552.

Figura 307. Tocado-sombrero de Joan Steiner. P.553.

Figura 308. Otra muestra de las creaciones de Joan Steiner, sombrero que simula una carrera. P.553.

Figura 309. Capa de Joan Steiner. Manhattan y Brooklyn. P.554.

Figura 310. Escultura realizada por Lamonte. *Reclining Dress Impression with Drapery*. Cast glass, life size, 2007. Collection of the Renwick Gallery of the Smithsonian American Art Museum. P.555.

Figura 311. Otra de las esculturas realizadas por Lamonte para su colección *Reclining Dress Impression with Drapery*. Cast glass, life size, 2007. Collection of the Renwick Gallery of the Smithsonian American Art Museum. P.555.

Figura 312. Vestido de novia realizado con guantes de goma blancos, en total 1.400 unidades de guantes conforman el diseño (2004). P.556.

Figura 313. Vestido llamado *Viuda*, realizado con 43 kilogramos de alfileres, simboliza el dolor de la pérdida de un ser querido (2009). P.557.

Figura 314. Algunas de las muestras de las creaciones de Li Xiaofeng. P.558.

Figura 315. Lacoste creó en 2010 su colección *Holiday Collector's* la cual consta de unos 20.000 ejemplares de su polo estampado como si de una pieza real de Li Xiaofeng se tratara. P.559.

Figura 316. Lady Gaga con un traje de porcelana diseñado por el artista en los Brit Awards, 2009. P.559.

Figura 317. Vestido de noche Roberto Cavalli, colección otoño-invierno 2005. P.560.

Figura 318. Vestido de noche de Alexander McQueen, otoño -invierno 2011. P.561.

Figura 319. Vestido de la colección primavera-verano de Alta Costura 1984 de Chanel por Karl Lagerfeld. P.561.

Figuras 320 y 321. Dos de las piezas de la muestra de *Weedrobes* 2011. P. 563.

Figura 322. Muestras del desfile de la colección primavera-verano 2004. *Fashion Week* São Paulo. P.566.

Figura 323. Muestras del desfile de la colección primavera-verano 2004. *Fashion Week* São Paulo. P.566.

Figura 324. *Para Júpiter*, obra de Isabel Ulzurrun expuesta en Constelación Arte, en Valladolid. P.569.

Figura 325. Desfile de la colección primavera-verano del 2014 Chanel en el Museo de Arte Contemporáneo de París. P.579.

Figuras 326 y 327. Imágenes del catálogo creado por Iribe. P.599.

Figura 328. Ilustración de Lepape para Poiret. P.600.

Figuras 329 y 330. Emilie Louise Flöge por Madame d'Ora con un vestido realizado por Emilie Louise Flöge, diseñado y estampado por Klimt, 1909. Valentino colección otoño-invierno 2015. P. 608.

Figura 331. *El Beso* por el fotógrafo hindú Rohit Chawia. P.610.

Figura 332. Modelo de Barbie Klimt. P.611.

Figura 333. Comparativa visual del cuadro *La virgen* de Gustav Klimt (1913) y Editorial *Vogue*. P. 611.

Figura 334. Modelos de la colección otoño-invierno John Galiano 2008. P.613.

Figura 335. Modelos de la colección otoño-invierno John Galiano 2008. P.613.

Figura 336. Modelos de la colección otoño-invierno John Galiano 2008. P.614.

Figura 337. Ana Sui en su homenaje a Gustav Klimt colección otoño-invierno 2008. P.614.

Figura 338. Óscar de la Renta en su homenaje a Gustav Klimt colección otoño-invierno 2008. P.615.

Figura 339. Diseños de Aquilano Rimondi inspirados en Klimt para su colección primavera-verano 2011. P.615.

Figura 340. Tejido “Marina” de la Wiener Werkstätte; desfile Louis Vuitton otoño-invierno 2012. La Wiener Werkstätte fue una agrupación constituida por artistas visuales, arquitectos y diseñadores, establecida en Viena en 1903 con la finalidad de formar a gente en diferentes disciplinas artísticas. P.616.

Figura 341. Desfile Louis Vuitton otoño-invierno 2012; tejido de la Wiener Werkstätte diseñado por Koloman Moser. P. 617.

Figura 342. Tela “follaje” de la Wiener Werkstätte, retrato de Johanna Staude que lleva vestido realizado en tejido “follaje”, Klimt. P.617.

Figura 343. Desfile Louis Vuitton otoño-invierno 2012; derecha, retrato de *Emilie Flöge*, Klimt (1902). P.618.

Figura 344. Comparativa visual de tres de los modelos de L'Wren Scott y cuadros de Gustav Klimt. El primer modelo presentado a la izquierda hace referencia al cuadro *Johana Staud* de 1918. El segundo vestido hace referencia al cuadro *Danae* de 1907 y el tercer vestido de Scott nos evoca a *Hygeia* de 1901. P.619.

Figura 345. Comparativa visual. Alexander McQueen *Resort* 2013. *Fulfillment* de Gustav Klimt, 1905. P.620.

Figura 346. Alexander McQueen *Resort* 2013. *Portrait of Friederike Maria Beer* de Gustav Klimt, 1916. P.621.

Figura 347. Rick Owens primavera-verano 2013 homenaje a la *Pallas Athene* de Gustav Klimt. P.622.

Figura 348. Rick Owens primavera-verano 2013. *Portrait of Elisabeth Ledererde* Gustav Klimt. P.622.

Figura 349 y 350. Izquierda Balenciaga homenajea a Klimt con esta creación de Alta Costura. Derecha, el diseñador francés Julien Fournié tomó inspiración a partir del pintor austriaco Gustav Klimt, de quien capturó su particular “etapa dorada” para aplicarla en telas y detalles dentro de sus elegantes prendas. P.623.

Figura 351. Esther Noriega Diseño de la colección *Emilie*, presentada en Mercedes-Benz *Fashion Week* Madrid. 2014. P.623.

Figura 352. Diseño de Lily Cole, 2012. P.623.

Figura 353 y 354. Julianne Moore como *Famous Works of Art* by Peter Linderbergh for *Harper's Bazaar* Broken Cookies. Inspiración Egon Schiele. P.625.

Figura 355. Pieza de la colección otoño-invierno de Kane 2015. Cuadro *Mutter und Tochter* de Egon Shiele, 1913. P. 626.

Figura 356. Pieza de la colección otoño-invierno de Kane 2015. Cuadro *Pareja embarazada* de Egon Shiele, 1911. P. 626.

Figura 357. Diseño de la colección otoño-invierno de McQueen 2001, inspirado en la obra *Il Blau* de Vasily Kandinsky, 1925. P. 629.

Figura 358. Diseño de Vasquez & García primavera-verano del 2013. P.630.

Figura 359. Dos piezas de la colección otoño-invierno de Ulises Merídanos 2014. P.631.

Figura 360. Abrigo de Chanel 2014 inspirado en la obra *Soft Pressure* de Vasily Kandinsky 1931.P.632.

Figura 361. Modelo de la colección 2015 de Dries Van Noten inspirado en la obra *Picture with a black arch* de Kandinsky. P.632.

Figura 362 y Figura 363. Diseño de Saloni colección primavera-verano del 2015 inspirado en Kadinsky. P.633.

Figura 364. Una de las fotografías de *American Fashion: The New Soft Look* realizadas por Cecil Beaton y publicadas en *Vogue* en Marzo de 1951. Detrás de la modelo se puede ver la obra de Pollock *Autumn Rythm* (Number 30). P.635.

Figura 365. De Jackson Pollock a Willem de Kooning, el arte abstracto está presente en el editorial de *Vogue* Alemania. Arte y moda van de la mano en estas imágenes que parecen un auténtico cuadro, eso sí, con prendas de firmas como Prada, Chloe o Altuzarra. P.636.

Figura 366. Vestido tricot estampado de Roy Halston, 1969. P.636.

Figura 367 y 368. Imágenes de la campaña primavera-verano 2008 Dolce & Gabbana. P.638.

Figura 369, 370, 371 y 372. Piezas del desfile de la colección primavera-verano 2008 de Dolce & Gabbana. P.639.

Figura 373. Dos muestras de la colección Resort de Yves Saint Laurent. P.640.

Figura 374. Diseño de Christian Loubotin inspirados en Pollock. Colección primavera-verano 2012. P. 641.

Figura 375. Diseños de Bottega Veneta inspirados en Pollock. Colección otoño-invierno 2011. P.641.

Figura 376. Muestras de la colección *Ready to Wear* Never Denim 2012. P.642.

Figura 377. Zapatillas de Martin Margiela 2013. P.642.

Figuras 378 y 379. Diseños de Ana Locking, otoño-invierno 2012/13. P.647.

Figura 380. Diseños de la colección Resort de Óscar de la Renta 2012. P.647.

Figuras 381, 382, 383 y 384. Diseños de la colección de Amaya Arzuaga inspirados en el cubismo, 2012. P.648.

Figura 385. Diseño de Alexander McQueen primavera-verano 2014. P.649.

Figura 386. Diseño de la colección primavera-verano 2014 de Martin Margiela.P.649.

Figura 387. Vestido de la colección 2014 de Fausto Puglisi. P.650.

Figura 388. Colcha realizada por Sonia Delaunay. P.653.

Figura 389. Vestidos simultáneos (Tres mujeres, formas y colores) 1925 de Sonia Delaunay. P.654.

Figura 390. Traje diseñado por Sonia Delaunay para el ballet ruso de *Cleopatra*, 1918. P.656.

Figura 391. Coche pintado y vestuario realizado por Delaunay en 1925. P.658.

Figura 392. Varios modelos de Delaunay, 1923. P.658.

Figura 393. Muestrario de algunos de los estampados creados por Delaunay. P.659.

Figura 394. Céline, colección otoño-invierno 2012. Sonia Delaunay, 1925. P.659.

Figura 395. Delaunay 1923, Céline colección otoño-invierno 2012. P. 660.

Figura 396. *Scottish* 1965 Sonia Delaunay. Céline Abrigo de Alta Costura. P. 660.

- Figura 397.** Piezas de la colección otoño-invierno de Valli 2012. P.661.
- Figura 398.** Diseños de Alla Malloman para Delaunay en su colección primavera-verano 2014. P.661.
- Figura 399.** *Tableau Rythm* (1938) de Sonia Delaunay. Vestido de la colección primavera-verano 2014. P.662.
- Figura 400.** Sonia Delaunay, Composizione con rettangoli e semicerchi 1980. P.663.
- Figura 401.** Sonia Delaunay, Composizione con rettangoli e semicerchi 1980. P.663.
- Figura 402 y 403.** Modelos de la colección primavera-verano 2014 de Chanel. P.664.
- Figura 404.** Modelo de la colección Dsquared primavera-verano 2015. *Electric Prisms* 1914 por Sonia Delaunay. P.665.
- Figura 405.** Diseños de la colección otoño-invierno 2015 de Jean-Charles de Castelbajac. P.665.
- Figura 406.** Delaunay's *Rhythm Colour no. 1076*, 1939. Diseño de Wanatabe. P. 666.
- Figura 407.** Salvatore Ferragamo *Ready to Wear* otoño-invierno 2015. P. 666.
- Figura 408.** Piezas de la colección de Salvatore Ferragamo *Ready to Wear* otoño-invierno 2015. P.667.
- Figura 409.** Boceto de Jil Sander para su colección primavera-verano 2012. P.668.
- Figura 410.** *Cara* en cerámica de Vallauris de Pablo Picasso en el desfile de *Ready to Wear* primavera-verano 2012 de Jil Sander. La idea de utilizar el rostro de inconfundibles trazos picassianos fue todo un acierto de la diseñadora alemana. P.669.
- Figuras 411 y 412.** Modelos de la colección primavera-verano 2014 de Andrew Gn inspirados en obras picassianas. P. 670.
- Figura 413.** Diseño de YSL inspirado en el *Arlequín* de Picasso de 1915. P.671.
- Figura 414.** Capa inspirada en Picasso 1988. *Mandolina y guitarra* de Pablo Picasso 1924. P.672.
- Figura 415.** A la izquierda, telón creado por Pablo Picasso para la producción de ballet *Le Train Bleu* en 1924 (© Victoria and Albert Museum, London © Succession Picasso 2013). A la derecha, dos de los bailarines de esta obra, Lydia Skolova y Anton Dolin, que interpretaron a Perlouse y Beau Gosee, respectivamente (Foto del Hulton Archive Collection, Londres, Reino Unido; © Getty Images/ Sasha). P.673.
- Figura 416.** A la izquierda, la diseñadora aparece junto a Serge Lifar. Una instantánea a la que acompaña una dedicatoria: *A mi hermano Serge, Coco* (Foto Jean Moral © Brigitte Moral). A la derecha, una escena de *Le Train Bleu* (BNF/Bibliothèque Musée de l'Opéra, Fonds Boris Kochno, París, Francia; © Bibliothèque Nationale de France). P.674.
- Figura 417.** Cartel de la obra *Antígona* de Jacques Cocteau de 1922. P.675.
- Figura 418.** Dos diseños de Felicity Brown de su colección del 2011. P.676.
- Figura 419.** *Tres bailarinas* de Pablo Picasso 1925. P.677.
- Figura 420.** Creación de Jean Charles de Castelbajac para su colección primavera-verano 2014. P.677.
- Figura 421.** Muestra del maquillaje de la colección 2015 del diseñador Jacquemus. P.678.
- Figura 422.** Comparativa visual de la fotografía de Eugenio Recuenco con *Jaqueline sentada* de 1956 de Picasso. P.679.
- Figura 423.** Comparativa visual de la fotografía de Eugenio Recuenco con *Jaqueline Roque* de Picasso. P. 680.
- Figura 424.** Lady Gaga. *Mujer frente al espejo* 1932. P.680.
- Figura 425.** Campaña publicitaria de Citroën Picasso (2000). P.682.
- Figura 426.** *Portrait de jeune fille* de Pablo Picasso. P.682.
- Figura 427.** Modelo de pluma MontBlanc edición limitada. P.683.

Figuras 428, 429 y 430. Modelos de Yves Saint Laurent inspirados en las litografías de Braque 1955.P. 685.

Figura 431. Diseños de la colección primavera-verano de Raphael Hauber. P.686.

Figura 432. Diseño de André Perugia y *Peces negros* (Les Poissons noirs) de Braque, 1942 Óleo sobre lienzo 33 x 55 cm Centre Pompidou, Musée national d'art moderne, París. P.686.

Figura 433. Diseño de la colección otoño-invierno de Acne. *Cubist Collage with Guitar* Braque. P.687.

Figura 434. Imagen de la publicación en *Le Figaro* del Manifiesto Futurista.P.689.

Figura 435. Tullio Crali.1933. P.693.

Figura 436. Traje futurista diseñado por Balla. P. 696.

Figura 437. Traje diseñado por Balla.1930. P.697.

Figura 438. *Cit yscape*. Depero.1930. P.699

Figura 439. Verónica Etro es otra de las diseñadoras que se han inspirado en Depero para la firma familiar Etro, fundada en 1968 por Gimmo Etro. P.700.

Figura 440. Hélio Oiticica diseñó esta Tuta en homenaje a Balla.P.702.

Figura 441. Explicación y patrón de la Tuta por Thayaht.P.703.

Figura 442. Vestido de noche de Vionnet, 1935.P.705.

Figura 443. Muestra de la etiqueta y la huella dactilar de Vionnet. P.707.

Figura 444 y 445. Ilustraciones de Thayaht en colaboración con Vionnet. P. 709.

Figura 446. Cartel de la película *La Bella Y la Bestia* de Jean Cocteau 1946.P.711.

Figura 447. Vestido burbuja de Pierre Cardin 1954.P. 712.

Figura 448. Pierre Cardin y su universo creativo reflejado en la portada de TIME, 1970. P.714.

Figura 449. Diseños futuristas de Pierre Cardin.P.715.

Figura 450. Composición de varios diseños de Pierre Cardin.P.716

Figura 451. Composición de diseños de Courreges. P.718.

Figura 452. Colección *Fille de Lune* de 1964 Courreges. P.720.

Figura 453. Modelo de la colección *Fille de Lune* de 1964 Courreges.P.721.

Figura 454. Botas inspiradas en la llegada del hombre a la luna, parte de la colección de *Moon Girl* de 1964.P.722.

Figura 455. Vestidos de metal diseñados por Rabanne. P.724.

Figura 456. La actriz Jane Fonda con diseños de Paco Rabanne para *Barbarella* de Roger Vadim 1968. P 725.

Figura 457. Abrigo de Paco Rabanne (otoño-invierno 1966/1967) formado por triángulos de piel de cervatillo unidos con tachuelas metálicas. **Figura 458.** Mono de malla metálica de 1968. P.726

Figura 459. Vestido realizado con piezas de madera 1978. **Figura 460.** Vestido realizado con plata y plumas de 1980. P. 727.

Figuras 461 y 462. Diseños de Paco Rabanne década de los 70/80. P.727.

Figura 463. Creaciones de Alta Costura de Paco Rabanne. 1990. P. 728.

Figura 464. *Ultraviolet Man, Black XS, Black XS pour Elle y 1 Million*. P. 729.

Figura 465. Diseños de la colección de Ara Jo 2013. P. 730.

Figura 466. Algunos estampados de Popova. P. 735.

Figura 467. Algunos estampados de Popova. P. 736.

Figura 468. Diseños de Stepanova. P. 738.

Figura 469. Vestido de Céline colección otoño-invierno 2012. **Figura 470.** Vestido de Jil Stuart colección otoño-invierno. P. 740.

Figura 471. Nicolás Vaudelet para *El caballo* otoño-invierno 2012. P. 740.

- Figura 472.** Bolso Burberry colección 2013. Chaqueta Chanel colección 2014, inspirado en Malevich. P. 741.
- Figura 473.** Comparativa visual del vestido de Jacquemus otoño- invierno 2015 y *Suprematism, 18th Construction* de Malevich, 1915. P. 741.
- Figura 474.** Fendi colección primavera-verano 2013. P. 742.
- Figura 475.** Diseños de la colección otoño-invierno de Prada 2014. P.743
- Figura 476.** *La filosofía en el camerín.* 1947. Magritte. *Hector y Andromaca.* 1917. Chirico. P. 746.
- Figura 477.** Maniquí realizado por Dalí para la Exposición Universal de 1938. P. 751.
- Figura 478.** Perfume Schocking de Schiaparelli. P. 751.
- Figura 479.** Cartel de la película *Every Days a Holiday*, 1965 de James Hill. P 752.
- Figura 480.** Elsa Schiaparelli por Man Ray 1931. P. 753.
- Figura 481.** Diseños de Elsa Schiaparelli fotografiados por Cecil Beaton para *Vogue*, 1936. P. 755.
- Figura 482.** Portada de la revista *Minotauro* 1936. P. 756
- Figura 493.** Escultura Teléfono langosta de Salvador Dalí, 1936. P. 757.
- Figura 484.** Duquesa de Windsor fotografiada por Cecil Beaton en.1937. P. 758.
- Figura 485.** Diseño de la colección primavera-verano 2013 de John Bill Gayten.
- Figura 486.** Anne Wintour con un modelo inspirado en el Vestido langosta de Dalí. P. 758.
- Figura 487.** Traje de chaqueta Mae West de 1937 por Schiaparelli y Salvador Dalí. P. 759
- Figura 488.** Escena de la película *Brazil* de Terry Gilliam, 1985. P. 760
- Figura 489.** *Tres jóvenes surrealistas sostienen en sus brazos la piel de una orquesta* de Salvador Dalí, 1936. P. 761.
- Figura 490.** Vestido lágrima por Elsa Schiaparelli y Dalí. 1938. P. 761.
- Figura 491.** Vestido esqueleto de Schiaparelli 1937. P. 762
- Figura 492.** Izquierda modelo de Schiaparelli 1937. Derecha creación de McQueen en 1998. P. 763.
- Figura 493.** Colección de maletas Samsonite Black Label 2007. P. 763.
- Figura 494.** Christian Lacroix también se dejó inspirar con esta pieza en su colección primavera-verano 2009 creó esta especie de moldes óseos para complementar sus piezas. P. 764.
- Figura 495.** Vestido de la colección de Dsquared2 2010 inspiración Elsa Schiaparelli. P. 765
- Figura 496.** Zapatos de la misma colección inspirados en el tema del esqueleto de Schiaparelli. P. 765.
- Figura 497.** Otros diseñadores también se han inspirados en el famoso vestido de la italiana para hacer sus creaciones tenemos el caso en la izquierda de Iris Van Harpen en su colección del 2011 que a modo de escultura crea una especie de armadura con forma de esqueleto. A la derecha tenemos la muestra del vestido creado por Ida Andersson en 2010. P. 765.
- Figura 498.** Piezas de la colección otoño-invierno 2011 de Jean Charles de Castelbajac. P. 766.
- Figura 499.** Colección de pañuelos con estampación de esqueleto de Marc Jacobs. P. 766.
- Figura 500.** Comparativa visual, a la izquierda, capa de Schiaparelli, 1935. A la derecha diseño de Prada otoño-invierno 2002. P. 768.
- Figura 501.** Comparativa visual de modelos de Elsa Schiaparelli 1933 y Prada 2007. P. 768.

- Figura 502.** Comparativa visual, diseño de Schiaparelli 1933, diseño de Prada 2007. P. 769.
- Figura 503.** Perfume *S* de Elsa Schiaparelli. Perfume Classique de Jean Paul Gaultier en 1990. P. 769.
- Figura 504.** Izquierda ilustración de Dalí perfume *Rey Soleil*. Derecha perfume *Rey Soleil* por Dalí 1945. P. 770.
- Figura 505.** La imagen de la mano y su doble, es decir, el guante, ampliamente desplegada en la iconografía surrealista. P. 771.
- Figura 506.** Retrato de Dora Maar por Man Ray 1936. P. 772.
- Figura 507.** Izquierda ilustración realizada por Marcel Vertés del perfume *Sleeping*. Derecha perfume *Sleeping* de Schiaparelli 1940. P. 773.
- Figura 508.** Abrigo realizado por Schiaparelli. Dibujo realizado por Jacques Cocteau. Colección otoño-invierno 1937. P. 775.
- Figura 509.** Efecto del trampantojo 1931. Modelo Elsa Schiaparelli fotografiada por Man Ray. P. 776.
- Figura 510.** Izquierda perfume *Snuff* lanzado por Schiaparelli en 1940. *Esto no es una pipa* de Magritte de 1929. P. 777.
- Figura 511.** Caja de presentación del perfume *Snuff* de Schiaparelli. P. 777.
- Figura 512.** Portada de la revista TIME 1934. P. 779.
- Figura 513.** Portada de Artforum con diseños de Miyake. P. 780.
- Figura 514.** Escena de la película *Mujeres* de George Cukor 1939. P. 781.
- Figura 515.** Diseños de la colección otoño-invierno 2009 de Agatha Ruiz de la Prada. P. 784.
- Figura 516.** Composición visual de varios diseños de Agatha Ruiz de la Prada colección otoño-invierno 2009 inspirada con elementos dalianos. Comparativa visual de Jirafa ardiendo de Salvador Dalí y diseño vestido de cajones de Ruiz de la Prada 2009. P. 785.
- Figura 517.** Diseños de la colección otoño-invierno de Agatha Ruiz de la Prada 2009. P. 786.
- Figura 518.** Vestido inaugural de la colección otoño-invierno 2009 de Francis Montesinos. P. 787.
- Figura 519.** *Retrato de Mae West que puede utilizarse como apartamento surrealista.* **Figura 520.** A finales de los años setenta, Dalí, con ayuda del arquitecto español Óscar Tusquets, reprodujo el apartamento en tres dimensiones en el Museo Dalí de Figueras. P. 788.
- Figura 521.** Izquierda vestido de la colección *El divino* de Francis Montesinos 2009, inspirado en la obra de Dalí Mae West. **Figura 522.** Derecha bocetos de *El divino* de Francis Montesinos. P. 789.
- Figura 523.** Vestido de la colección *El divino* de Francis Montesinos. **Figura 524** portada Vogue *Human Alienation* de 1944. **Figura 525.** Lady Gaga con tocado inspirado en la obra de *Human Alienation*. P. 789.
- Figura 526.** Comparativa visual. Vestido de la colección *El divino* de Francis Montesinos 2009. La tentación de San Antonio de Dalí (1946). P. 790.
- Figura 527.** Comparativa visual. Vestido de la colección *El divino* de Francis Montesinos 2009. Sueño causado por el vuelo de una abeja alrededor de una granada un segundo antes de despertar de Dalí (1944). P. 790.
- Figura 528.** Adriana Lima con lencería de Victoria Secret y elementos decorativos que evocan al genio catalán. P. 791.
- Figura 529.** Collares de Lanvin 2013. P. 791.
- Figura 530.** Diseño de David Delfin. 531. Collar de Bimba y Lola. P. 792.

Figura 532. Diseño de Givenchy. **Figura 533.** Zapatos de Apologie. **Figura 534.** Joyería de Delfina Delettrez. P. 793.

Figura 535. Diseño de Manolo Blanhik. P. 793.

Figura 536. Diseños de la colección *Anatomik* de Delfina Delettrez. P. 795.

Figura 537. Escena del ballet *Romeo and Juliet* de 1926. P. 796.

Figura 538. *Mujer y Pájaros* de Joan Miró 1940. P.797.

Figura 539. Maniquí realizado por Miró para la Exposición Universal del Surrealismo 1938. P. 798.

Figura 540. Portada de *Vogue* 1960. P. 799.

Figura 541. Diseño de Jean Paul Gaultier inspirado en Miró. P. 800.

Figura 542. Diseños de Liu Xing colección primavera-colección 2010. P. 801.

Figura 543. Los colores vibrantes y líneas sencillas de Miró fueron inspiración para colección primavera-verano 2010 de la marca Taika. P. 802.

Figura 544. Dior Alta Costura otoño/invierno 2011-2012. P. 802.

Figura 545. Joan Miró y el fotógrafo de Malí Malick Sidibé fueron la inspiración para la colección primavera -verano 2013 de Michael Van Der Ham. P. 803.

Figura 546. Diseños de Céline colección 2014. P. 803.

Figura 547. Ilustraciones realizadas por Magritte. P. 805.

Figuras 548 y 549. Diseños de la colección primavera-verano 2013. P. 806.

Figura 550. Campaña publicitaria de *Dior Homme* 2015. *The victory* de René Magritte 1939. P. 807.

Figura 551. Campaña publicitaria de *Dior Homme* 2015. *El hijo del hombre* de René Magritte 1964. P. 807.

Figura 552. Campaña de Kenzo colección otoño-invierno 2013. Ojos de papel, perros disfrazados de tigre, insectos, uñas de mujer... La actriz japonesa Rinko Kikuchi y el modelo norteamericano Sean O'Pry son retratados en esta sesión fotográfica. P. 808.

Figura 553. *The lovers* (Los amantes) de René Magritte 1928. Diseño de Lim y León 2014. P. 809.

Figura 554. *The King's museum* de René Magritte 1966. Diseño de Lim y León 2014. P. 809.

Figura 555. *Sherezade* de René Magritte 1947. Diseño de Lim y León 2014. P.810.

Figura 556. Vestido de Lim y León 2014 inspirado en *Sherezade* de Magritte 1947.

Figura 557. Zapatos de Manolo Blanhik inspirados en la misma obra de Magritte. P. 810.

Figura 558. Fotografías de Fernando Marelli. P. 811.

Figura 559. Portada de *Vogue* inspirada en la obra *La robe du soir* de René Magritte 1955. P. 811.

Figura 560. *Vogue* París, Nick Murray 1939. *Vogue* México, Michael Filonow 2012. P. 813.

Figura 561. Corsé diseñado por Jean Paul Gaultier. P. 814.

Figura 562. Diseños de Tisci para Givenchy 2010. P. 815.

Figura 563. Diseños de Jean Paul Gaultier colección primavera-verano 1998. P. 816.

Figura 564. La colección otoño-invierno 2010 de Givenchy estuvo inspirada en tres de las obsesiones de Frida, según Tisci: la religión, la sensualidad y la anatomía humana. P. 816.

Figura 565. Diseños de Mary-Katrantzou colección otoño invierno 2011. P. 817.

Figura 566. Durante la presentación primavera-verano 2012 en París de Comme des Garçons, Rei Kawakubo presentó un modelo muy similar a una pintura de Kahlo, específicamente *La columna rota* (1944) donde convierte en moda la estructura a la que Frida fue condenada a usar por el resto de su vida debido a un accidente. P. 818.

Figura 567. Diseños de Maya Hanssen primavera verano 2013. P. 819.

Figura 568. Diseño de Lena Hoschek, la diseñadora austríaca presentó su colección primavera-verano 2013 inspirada en México, el Día de los Muertos, y por supuesto, en Frida. P. 819.

Figura 569. Moschino para su colección primavera-verano 2013 añadió algunos elementos propios del estilo Frida. P. 819.

Figura 570. Diseños de Alexander McQueen en su homenaje a Frida'2014. P. 820.

Figura 571. Frida Kahlo y la tradición mexicana fueron la inspiración de esta diseñadora italiana para su colección primavera-verano 2014 de Alberta Ferretti. P. 820.

Figura 572. Una colección con muchas flores y bordados en colores vivos presentó Valentino en 2014. Las emblemáticas trenzas de Frida no podían faltar. P. 821.

Figura 573. Beyoncé al estilo Kahlo. P. 821.

Figura 574. Amy Winehouse. *Autorretrato con collar de espinas y colibrí* 1940. P. 822.

Figura 575. Barbie Frida. P. 823.

Figura 576. Vestido de tehuana. P. 824.

Figura 577. Imágenes de Vogue Alemania. P. 825.

Figura 578. Imágenes de Marie Claire. P. 826.

Figura 579. La Villa Les Rhumbs, Grandville, Francia. P. 833.

Figura 580. *L'Allée entre les Iris* de Monet. 1914. Vestido de Christian Dior ,1949. P. 833.

Figura 581. Vestido Rose de France, en tafetán impreso con rosas de color, de la colección Alta Costura 1956, de la línea *Flèche* inspirado en *Roses moutarde*, óleo sobre lienzo, de Auguste Renoir 1890. P. 834.

Figura 582. *Primavera, cerezos en flor* de Pissarro 1877. Gargantillas de Dior. P. 835.

Figura 583. *Jardín entre lirios* de Monet 1914. Vestido de Christian Dior. P. 836.

Figura 584. *Nenúfares* de Monet 1916. Diseño de Yves Saint Laurent para Dior. P. 836.

Figura 585. Abrigo Arlequín de Gianfranco Ferré para Dior 1995. P. 837.

Figura 586. Diseños de John Galliano para Dior 2007. *Trois femmes aux ombrelles* de Marie Bracquemond. P. 838.

Figura 587. Diseños de John Galliano para Dior inspirados en *Las bailarinas* de Degas. P. 838.

Figura 588. Creación de Raf Simons para Dior. P. 839.

Figura 589. *Le déjeuner sur l'herbe* de Manet 1863. Campaña publicitaria de Dior 2013. P. 840.

Figura 590. Publicidad de Yves Saint Laurent inspirado en el *Desayuno sobre la hierba* de Monet. P. 840.

Figura 591. Cuadro Mondrian 1921. Vestido Yves Saint Laurent 1965. P. 843.

Figura 592. Izquierda Agatha Ruiz de la Prada para su colección 2009. Christian Loubotin. P. 844.

Figura 593. Izquierda Aquilano Rimondi para su colección otoño-invierno 2011. Derecha Christian Lacroix para su colección primavera-verano 2009. P. 844.

Figura 594. Izquierda The Rodnik Band para su colección otoño-invierno 2011. Figura 604. Derecha Narciso Rodríguez para su colección Resort. P. 845

Figura 595. Cuatro décadas después, Prada, retoma la inspiración que Yves Saint Laurent tomaría del artista holandés y haría una línea igualmente inspirada en sus cuadros, pero agregando un toque oldschool a sus diseños. P. 845.

Figura 596. Sarah Schofield inspirada también en el trabajo de Mondrian, realizó una línea de trajes de baño, utilizando la rígida y simple estructura de las pinturas de este abstraccionista al servicio de la figura del cuerpo femenino. P.846.

Figura 597. *Pintura abstracta*, de Serge Poliakoff 1959. Vestido de Yves Saint Laurent de 1965. P. 846.

Figura 598. *Desnudo* de Tom Wesselmann de 1970. P. 847.

Figura 599. Vestidos otoño-invierno de Yves Saint Laurent inspirados en las obras de Wesselmann 1966. P. 847.

Figura 600. Estatuilla femenina de esposa del otro mundo. Museo Barbier Mueller Ginebra. Vestido de noche corte Bambara Yves Saint Laurent 1967. P. 848.

Figura 601. Traje de noche largo colección otoño-invierno 1979 en homenaje a Pablo Picasso. Óleos: *Profil à la fenêtre*. 1934 y *Guitarra y violín*. 1912. P. 849.

Figura 602. Diseño Tributo a Matisse de Yves Saint Laurent otoño-invierno 1980 inspirado en *Le Gerbé* de Matisse 1953. P. 849.

Figura 603. Laurent inspirado en *La blusa romana* de Matisse 1940. P. 850.

Figura 604. Laurent inspirado en los *Nenúfares* de Monet. P. 850.

Figura 605. Vestido de novia de Yves Saint Laurent inspirado en Braque. P. 851.

Figura 606. *Jarrón con doce girasoles* 1888. Figura 616. *Lirios* de Van Gogh 1889. P. 851.

Figura 607. Trajes inspirados en Van Gogh por Yves Saint Laurent 1988. P. 852.

Figura 608. Yves Saint Laurent izquierda 1988. Rodarte derecha 2012. P. 852.

Figura 609. Arriba *Noche estrellada* de Van Gogh, vestidos de rodarte. *Almendra en flor* de Van Gogh 1890 y vestido de rodarte colección primavera-verano 2012. P. 853.

Figura 610. Diseño de Dolce & Gabbana 2014 inspirado en *Flores en un jarrón azul* de 1887.

P. 854.

Figura 611. Algunos de los diseños de Valli colección primavera-verano 2014. P. 855.

Figura 612. Creación de Martin Margiela inspirada en *Los lirios* de Van Gogh 1890. P. 856.

Figura 613. Obras de Op Art de Victor Vasarely. P. 859.

Figura 614. Izquierda Courrèges en vinilo 1965. Mary Quant por Cecil Beaton años 60. P. 860.

Figura 615. Audrey Hepburn por Cecil Beaton utilizando fondo Op Art en 1963. P. 860.

Figura 616. Masairo Nakagawa y Rica, traje pantalón otoño-invierno 1995 (Instituto de la indumentaria de Kioto). Inspirado en el cuadro que vemos a la derecha *Ter ur* de Vasarely. P. 861.

Colección otoño-invierno 2012. **Figura 617.** Narciso Rodriguez. **Figura 618.** Preen.

Figura 619. Rebecca Minkoff. **Figura 620.** Moschino. P. 862.

Colección otoño-invierno 2013. **Figura 621.** Modelo de Ángel Schlesser. **Figura 622.** Modelo de Michael Kors. **Figura 623.** Modelo de Marc Jacobs, **Figura 624.** Modelo de Dolce & Gabbana. **Figura 625.** Modelo de Balmain. P. 863.

Colección otoño-invierno 2013. **Figura 626.** Modelo de Derek Lam. **Figura 627.** Modelo de Emanuel Ungaro. **Figura 628.** Modelo de Edun. **Figura 629.** Modelo de Rodarte. **Figura 630.** Modelo de Balmain. P. 863.

Figura 631 y 632. Imágenes de diseños de la colección primavera-verano 2013 de Marc Jacobs. P. 864.

Figura 633. Escaparates de Louis Vuitton 2013 con la obra de Buren, 5ª Avenida de Nueva York. P. 865.

Figura 634. Publicidad de la marca *Isharya*. P. 866.

Figura 635. Colección primavera-verano 2015 Bottega Veneta. P. 868.

Figura 636. Piezas de la colección de Miuccia Prada primavera-verano 2014. P. 869.

Figura 637. Colaboración de Louis Vuitton con el japonés Murakami. P. 870.

- Figura 638.** Diseños de Murakami para L.Vuitton. p. 870.
- Figura 639.** Composición visual de algunas de las imágenes de las tiendas de Louis Vuitton. P. 871.
- Figura 640.** Vestido de Andy Warhol 1967. Lata de sopa Campbell producida por Warhol en 1962. P. 872.
- Figura 641.** *Mr. and Mrs. Clark and Percy* de David Hockney 1970. P. 873.
- Figura 642.** Yves Saint Laurent por Warhol 1974. P. 873.
- Figura 643.** Roy Halston y Andy Warhol, Nueva York 1984. P. 874.
- Figura 644.** Muestra de los puntos Ben Day en la obra de Lichtenstein. P. 875.
- Figura 645.** Imagen de la exposición de Yves Saint Laurent en 1983. P. 875.
- Figura 646.** Tributo de Moschino a Lichtenstein colección otoño-invierno 1991. P. 876.
- Figura 647.** Faldas de Moschino otoño-invierno Moschino 2011. P. 876.
- Figura 648.** Dos de los diseños de Lim de su colección otoño-invierno 2012. P. 877.
- Figura 649.** Diseños de Miu Miu (Prada) colección otoño-invierno 2013. P. 877.
- Figura 650.** Diseños de colección otoño-invierno de Tom Ford (2013). P. 878.
- Figura 651.** London *Fashion Week* colección de Tom Ford (2013). P. 878.
- Figura 652.** Bolsos de Marni 2013. P. 879.
- Figura 653.** Dos de las modelos maquilladas de Andrew Gallimore para *Vogue* Japón 2013. P. 880.
- Figura 654.** Diseños de la colección otoño-invierno 2014 de Red Valentino. P. 880.
- Figura 655.** Colección otoño-invierno 2014 de Versace con fondo de la obra de Roy Lichtenstein. P. 881.
- Figura 656.** Colección de Phipil Colbert 2014. P. 883.
- Figura 657.** Vestido inspirado en la escultura de Lichtenstein de Phipil Colbert 2014. P. 881.
- Figura 658.** Multi-color. Marilyn Monroe de Warhol 1962. P. 883.
- Figura 659.** Ilustración de Andy Warhol para I.Miller 1958. P. 884.
- Figura 660.** Campaña realizada por Warhol en 1959. Publicidad para Walt Disney. P. 885.
- Figura 661.** Varios de los diseños de la colección otoño-invierno 2013 de Raf Simons para Dior. P. 886.
- Figura 662.** Icono de la casa Versace. P. 889.
- Figura 663.** Vestido Versace inspirado en Sonia Delaunay. P. 891.
- Figura 664.** Pantalones de Versace inspirados en Lienchenstein. P. 891.
- Figura 665.** Varios de los diseños realizados por Versace en homenaje a Warhol 1991. P. 893.
- Figura 666.** Diseños de la colección. P.893.
- Figura 667.** Una de las creaciones de Castelbajac de su colección otoño-invierno 2009-2010. P. 895.
- Figura 668.** Vestidos de Jean-Charles de Castelbajac de la colección otoño/invierno 2009-2010. P. 895.
- Figura 669.** Vestidos de Jean-Charles de Castelbajac de la colección otoño/invierno 2009-2010. P. 896.
- Figura 670.** Diseños de las camisetas realizadas por Kawakubo en 2013. P. 897.
- Figura 671.** Diseños de Moschino colección primavera-verano 2015. P. 898.

ANEXO III. TERMINOLOGÍA Y FRASEOLOGÍA DEL OBJETO DE ESTUDIO.

GLOSARIO

A

A la moda: *in*, se lleva/pasado de moda: *out*, demodé, cateto, no se lleva.

Ad-lib: Estilo de prendas iniciado en Ibiza en los años 70 por la princesa yugoslava *Smilja Mihailovitch*, inspirado en los vestidos típicos de las Pitiusas y con influencias de movimiento hippy. Su característica principal es el color blanco, además de las prendas amplias, los tejidos ligeros, los encajes, el ganchillo, los volantes y distintas técnicas artesanales. Actualmente la Pasarela de Moda Adlib, celebrada anualmente, se ha convertido en una gran plataforma para impulsar este moda. Se conoce popularmente como estilo ibicenco al estar íntimamente ligado con esta isla.

Abstracto: Concepto que describe una creación mental, pero no la realidad.

Alegoría: Ficción en virtud de la cual algo representa o significa otra cosa diferente. *Esc. y Pint.* Representación simbólica de ideas abstractas por medio de figuras, grupos de estas o atributos.

Alta Moda: vestuario exclusivo y caro hecho para un cliente individual por un diseñador de moda especializado, o la industria que produce dicho vestuario. Colección determinante en la moda de hoy en día.

Antimoda: Es un vocablo que describe, en los años sesenta, una manera de vestir juvenil y desenfadada como principal componente oponerse al vestir de la mayoría. Sinónimo de rebeldía juvenil que contrasta ampliamente con la estética del poder.

Apariencia: Aspecto o parecer exterior de alguien o algo

Arquitectura: Arte de proyectar y construir edificios.

Art Decó: estilo de decoración que fue muy popular en 1930, consiste en formas y líneas simples y colores fuertes.

Art Nouveau (Arte Nuevo): caracterizado por las botas de atadura y los corsés usados

como prenda exterior, es un estilo de arte y decoración que utiliza líneas rizadas, hormas florales y de plantas.

Arte Pop / Pop art: consiste en el empleo y montaje de objetos como recortes de periódicos, folletos publicitarios y otros artículos para realizar una crítica a la sociedad de consumo.

Arte: Manifestación de la actividad humana mediante la cual se expresa una visión personal y desinteresada que interpreta lo real o imaginado con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros.

Arte conceptual: En esta corriente artística, lo esencial es la idea que da lugar a la obra de arte.

Artista: Se dice de quien estudiaba el curso de artes. *Colegial artista.* Persona que ejercita alguna arte bella. Persona dotada de la virtud y disposición necesarias para alguna de las bellas artes. Persona que actúa profesionalmente en un espectáculo teatral, cinematográfico, circense, etc., interpretando ante el público.

Artesano: Perteneiente o relativo a la artesanía. Persona que ejercita un arte u oficio meramente mecánico. U. modernamente para referirse a quien hace por su cuenta objetos de uso doméstico imprimiéndoles un sello personal, a diferencia del obrero fabril.

Atelier: Es un término francés que significa taller, es decir, el lugar en el que trabajan los diseñadores.

Avant garde (Guardia de avanzada): diseñadores no tradicionales y experimentales que establecen nuevas tendencias; vanguardistas

Axiología: Teoría de los valores.

B

Baby doll: Camisón corto y vaporoso cuyo vuelo sale del escote o de un canesú. Se puso de moda en 1956 a raíz de una película con el mismo nombre dirigida por Elia Kazan en la que la actriz Carol Baker lucía una prenda de dormir corta, escotada y de tela muy suave.

Barniz: Disolución de una o más sustancias resinosas en un líquido que al aire se volatiliza o se deseca. Con ella se da a las pinturas, maderas y otras cosas, con objeto de preservarlas de la acción de la atmósfera, del polvo, etc., y para que adquieran lustre.

Barroco: Se dice de un estilo de ornamentación caracterizado por la profusión de volutas, roleos y otros adornos en que predomina la línea curva, y que se desarrolló, principalmente, en los siglos XVII y XVIII. 2. adj. Excesivamente recargado de adornos.

Behavioral marketing: marketing basado en el comportamiento.

Belleza: Propiedad de las cosas que hace amarlas, infundiendo en nosotros deleite espiritual. Esta propiedad existe en la naturaleza y en las obras literarias y artísticas.

Benchmarking: Contrastar cómo hacen las diversas operaciones Empresariales las Empresas punteras, sea cual sea su sector, y copiar estos procedimientos adaptándolos a nuestra realidad y tratando siempre de mejorar.

Beneficio del producto: Un atributo del producto que proporciona una satisfacción específica a los clientes.

Bies / Bias tape: (Del francés. *biais*, sesgo) trozo de tela cortado en sesgo respecto al hilo, que se aplica a los bordes de prendas de vestir.

Boceto: Proyecto o apunte general previo a la ejecución de una obra artística.

Body Art: Es el arte corporal que se desarrolló a partir de las propuestas artísticas relacionadas con el *happening*. En esta corriente, el cuerpo es el elemento central, que se manifiesta en procesos rituales o en acciones que pretenden romper las normas establecidas por la sociedad.

C

Cine: Local o sala donde como espectáculo se exhiben las películas cinematográficas. 2. m. Técnica, arte e industria de la cinematografía.

Cínesis: Disciplina que estudia el significado expresivo de los gestos y de los movimientos corporales que acompañan los actos lingüísticos.

Colección: Conjunto o gama de prendas recién diseñadas para determinada temporada por un modista o diseñador, con conceptos y características específicas, orientadas a un determinado perfil de consumidor y a un universo de vestuario específico.

Colección cápsula: Se trata de una colección pequeña dentro de otra más amplia que se caracteriza por algo en concreto. No suele superar las 20 prendas, de ahí su nombre de cápsula. Normalmente son las creadas por ciertos diseñadores para otras marcas como la creada por Lanvin para H&M.

Colección crucero: Se trata de una colección de entretiempo, normalmente de invierno a verano. En sus orígenes, se creaban para aquellos que se iban de crucero a lugares tropicales cuando en sus lugares de origen todavía era invierno y tenía un marcado estilo marinero. Actualmente sirve para que los diseñadores avancen tendencias sobre próximas temporadas

Con modos, con modales: Estiloso, fino, elegante/sin modos, de cualquier modo: desastrado, desaliñado, descuidado.

Constructivismo: movimiento artístico moderno ligado a la revolución comunista en la Rusia de principios del siglo XX. Una visión compartida entre el arte y la nueva industria. Sus principales protagonistas fueron Naum Gabo and Antoine Pevsner.

Corporal: Perteneiente o relativo al cuerpo, especialmente al humano.

Creador: Que crea, establece o funda algo.

Crinolina: Tejido hecho con urdimbre de crin de caballo. Enagua hecha de este material para abultar la falda. Falda hecha con aros de alambre alrededor de la misma, para darle una apariencia abultada; inicialmente utilizado en 1842.

Cubismo: movimiento artístico liderado por Picasso desde comienzo hasta mediados del siglo XX, que intenta plasmar en el plano todos los ángulos; no de visión, sino de percepción; no de la imagen, sino del hecho.

Cuerpo: Aquello que tiene extensión limitada, perceptible por los sentidos. 2. m. Conjunto de los sistemas orgánicos que constituyen un ser vivo.

Cultura: Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.

Cultura Emo: La palabra "emo" viene de Emotional hardcore music. La cultura emo se popularizó en la primera década de los años 2000, a pesar de ello, el inicio de los emos nace en los años 80 como un estilo musical derivado del punk hardcore americano.

Cultura gótica: La cultura gótica surge en el Reino Unido a principios de los años 80 y posteriormente se fue extendiendo por varios países. El género musical surge a partir de una evolución inspirada por grupos de música punk de la época. Los góticos se caracterizan por su estética *sinistra*, con ropa oscura, atracción por la noche, el género de terror / suspense, y sobre todo por sus preferencias musicales.

Cultura Hipsters: La cultura urbana de los hipsters viene representada por jóvenes, en su mayoría de edades entre 20 y 35 años, que muestran un pensamiento independiente, intentando apartarse de las modas del momento, vistiendo y escuchando música no comercial. Rechazan el consumismo desmedido, poniéndose de lado del comercio local y el respeto por el medio ambiente.

Cultura Mod: Londres, primeros años sesenta, ambientes pequeño burgueses, como reinterpretación del estilo "moderno" de los cuarenta y cincuenta, sobre todo norteamericano (Mod=contracción de Modernist). Es una tribu que ocupó la escena inglesa e internacional durante muchos años, y la matriz de muchas tribus sucesivas.

Customizar: Hacer o cambiar elementos de una prenda para individualizar su apariencia o estilo.

D

Dandy o Dandi: Persona que se preocupa mucho de su apariencia y manera de vestir.

Deconstrucción: Más que un concepto, es una manera creativa de desarrollar nuevas prendas partiendo de las ya existentes.

Denim: Dicho de un tipo de tela de algodón resistente y generalmente de color azul; semejante a la usada en la ropa de los vaqueros del Lejano Oeste. 2. Tejido de ligamento diagonal en algodón, donde los hilos de la urdimbre son crudos y los de la trama están teñidos por un colorante (llamado “índigo o añil”).

Dibujo: Proporción que debe tener en sus partes y medidas la figura del objeto que se dibuja o pinta.

Diseño: Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie. Forma de cada uno de estos objetos.

DIY: son las siglas de: "Do it yourself" que significa hágalo usted mismo, reinventar la ropa, enchular.

Drapear: Colocar o plegar los paños de la vestidura, y, más especialmente, darles la caída conveniente.

E

Edad de Piedra: Período prehistórico de la humanidad, anterior al uso de los metales, caracterizado por la talla o pulimento de la piedra y que se divide en Paleolítico, Mesolítico y Neolítico.

Edad Antigua: Época de la historia que comprende hasta el fin del Imperio romano.

Edad Media: Tiempo transcurrido desde el siglo V de la era vulgar hasta fines del siglo XV.

Edad Contemporánea: Edad histórica más reciente, que suele entenderse como el tiempo transcurrido desde fines del siglo XVIII o principios del XIX.

Efímero: Pasajero, de corta duración

Escultura: Arte de modelar, tallar o esculpir en barro, piedra, madera, etc., figuras de bulto.

Esnob: Persona que imita con afectación las maneras, opiniones, etc., de aquellos a quienes considera distinguidos.

Estilo: Expresión personal que depende de la manera que cada individuo viste y que se refleja en su aspecto exterior o su apariencia.

Ethos: Es una palabra griega (ἦθος, en plural ἥθεα > ἥθη) que significa "costumbre" y, a partir de ahí, "carácter, personalidad". Es la raíz de términos como ética y etología.

Etología: Estudio científico del carácter y modos de comportamiento del hombre.

Etnología: Ciencia que estudia las causas y razones de las costumbres y tradiciones de los pueblos.

F

Fashionista: Persona que conoce y aplica las tendencias a su atuendo, por lo que su interés por el mundo de la moda es mayúsculo.

Fibras naturales: Fibras de origen vegetal, animal o mineral. Las vegetales están formadas generalmente de celulosa, pueden ser procedentes de semillas como el algodón; de tallos como el lino, cáñamo y yute; de hojas como el sisal, etc. Las animales están formadas por proteínas, como la seda y las lanas. De origen mineral como el asbesto o amianto.

Fibra sintética: Fibra que se obtiene de la viscosa, acetato, poliéster, nylon, etc.

Fantasía: Facultad que tiene el ánimo de reproducir por medio de imágenes las cosas pasadas o lejanas, de representar las ideales en forma sensible o de idealizar las reales.

Folk: Es otra manera de mezclar lo hippie con lo bohemio, sin embargo la diferencia radica en que las texturas de las telas son las protagonistas de su outfit: piel, cuero y estampados son su máximo. Además dan preferencia a la comodidad y sencillez.

G

Garçon: Estilo caracterizado por el pelo corto a lo “muchacho” con accesorios tan exóticos como un turbante, una banda, un sombrero o una pluma; lo mismo que el vestir trajes cortos de talles largos y collares de perlas de muchas vueltas.

Globalización: Tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales.

Gorguera: Cuello alto, escarolado o plegado o muselina almidonada, encaje, etc., utilizado por hombres y mujeres en el siglo XVI y XVII.

Gusto: Placer o deleite que se experimenta con algún motivo, o se recibe de cualquier cosa. Facultad de sentir o apreciar lo bello o lo feo.

H

Happenings: Es el arte en acción, tuvo sus precedentes en las veladas futuristas y dadaístas. No pretendía ser una representación, sino una vivencia sin un comienzo o

final claramente estructurados. El cuerpo, sus gestos y movimientos son el vehículo de interpretación artística. El público es parte del espectáculo, y juega su papel en la acción.

Hedonismo: Doctrina que proclama el placer como fin supremo de la vida.

Hermenéutico: Arte de interpretar textos y especialmente el de interpretar los textos sagrados.

Historiografía: Arte de escribir la historia. Estudio bibliográfico y crítico de los escritos sobre historia y sus fuentes, y de los autores que han tratado de estas materias.

Holismo: Doctrina que propugna la concepción de cada realidad como un todo distinto de la suma de las partes que lo componen.

I

Identidad: Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás. Conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás.

Ilustración: Publicación, comúnmente periódica, con láminas y dibujos, además del texto que suele contener. Movimiento filosófico y cultural del siglo XVIII, que acentúa el predominio de la razón humana y la creencia en el progreso humano.

Indumentaria: Pertenece o relativo al vestido. 2. f. Estudio histórico del traje. 3. f. Vestimenta de una persona para adorno o abrigo de su cuerpo.

Instalación: Los avances técnicos han permitido crear otras formas de manifestaciones artísticas, que emplean recursos audiovisuales.

It girl: Se trata de una mujer, joven y atractiva, que recibe una atención mediática desproporcionada a sus logros personales, simplemente por ser quien es o por haberse hecho popular por algo en concreto. Este término fue acuñado en la revista Cosmopolitan en los años 20 por Elinor Glyn. Actualmente las *it girls* de la moda marcan tendencia a cada paso que dan. Es el caso de Alexa Chung, Olivia Palermo o las actrices Emma Watson o Sienna Miller. En España, se han convertido en *it girls* la actriz Paula Echevarría o la periodista Sara Carbonero.

L

Lenguaje visual: Imagen creada para comunicar una idea y en la que se utilizan la línea, la forma, el color, la textura, la proporción, etcétera.

Lujo: Demasía en el adorno, en la pompa y en el regalo. Abundancia de cosas no necesarias. Todo aquello que supera los medios normales de alguien para conseguirlo.

M

Maintenance Advertising: Campaña de publicidad de mantenimiento.

Marca: Nombre, palabra, símbolo o combinación de ellos que permiten al consumidor reconocer un producto de una forma singular.

Marketing social o sin lucro: Diseño, desarrollo y control de las actividades de marketing que buscan promover causas sociales (conservación del ambiente, investigación del cáncer, acciones en países en desarrollo...)

Marquismo: Asociación a iconos que representan el estatus social del consumidor.

Mass customization: La producción de artículos que, gracias a las nuevas técnicas (peticiones cursadas por Internet, la tecnología digital y la fina adaptación de las máquinas), es posible producir de acuerdo a los diferentes deseos del consumidor.

Mass marketing: Estrategias de marketing dirigidas a un público general no especificado y su medio de transmisión es masivo como puede ser el periódico, las revistas, la televisión y la radio, donde cualquiera puede ser receptor del mensaje. Orientado a producto. Un producto para muchos clientes.

Mercado: Conjunto de compradores actuales o potenciales con el deseo y la posibilidad económica para adquirir un producto.

Mercado de consumo: Mercado formado por las personas que adquieren bienes y servicios para uso personal.

Mercado industrial: Mercado formado por las empresas, instituciones y gobierno que adquieren productos para operar o como materia prima.

Mercado libre: Situación en la que el gobierno tiene un involucramiento mínimo en las decisiones de mercado.

Mercado global: Mercado amplio en el que los comportamientos tienden a igualarse, como consecuencia de la intercomunicación cada vez mayor existente entre países.

Mercado objetivo: Una parte del mercado total, con posibilidades de comprar o que sea capaz de comprar un producto.

Merchandising: El Merchandising está formado por todas las acciones de Marketing realizadas en el Punto de Venta. Es el Marketing del último momento. Siendo, en gran medida, el Merchandising diferente a Escaparatismo.

Metodología: Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.

Minimalismo: movimiento de arte contemporáneo desarrollado en los años 70 que consiste en reducir el contenido y la forma de una obra de arte. Nace como reacción a la intensidad del expresionismo abstracto; buscando formas simples que son reducidas a la parte esencial en las que el material es el mayor vehículo expresivo.

Misión: Es el carácter, identidad y razón fundamental de existir de una organización. Es la respuesta a la pregunta: con qué intención hemos creado una Empresa.

Moderno: Perteneciente o relativo al tiempo de quien habla o a una época reciente.² Que en cualquier tiempo se ha considerado contrapuesto a lo clásico. Moderno: nuevo, avanzado, actual, de ahora, contemporáneo, puntero, flamante, fresco, reciente, al día.

Modisto / Couturier: diseñador de ropa elegante de alta calidad hecha a la medida.

Moda: Uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país, con especialidad en los trajes, telas y adornos, principalmente los recién introducidos.

Motivo: Un dibujo, diseño o logotipo identificable.

Musa: Una persona imaginaria o icono en el que se inspira el diseñador para extraer ideas y definirlas.

N

Negocio: Un negocio debe definirse de acuerdo con tres dimensiones: los grupos de Clientes a los que se sirve, las necesidades de los Clientes que se satisfacen y la tecnología que permite producir los bienes o servicios ofrecidos.

Neófito: Persona adherida recientemente a una causa, o recientemente incorporada a una agrupación o colectividad.

Neurofisiología: Fisiología del sistema nervioso.

O

Ontología: Parte de la metafísica que trata del ser en general y de sus propiedades trascendentales.

Op art: Abreviación para arte óptica. Es un arte abstracto que utiliza diseños y colores geométricos para crear la ilusión de movimiento.

Ostentoso: Magnífico, suntuoso, aparatoso y digno de verse

Outfit: Término anglosajón que hace referencia a un conjunto de prendas combinadas de una manera determinada. Se refiere a un atuendo concreto y su uso se ha popularizado hasta el punto de emplearse como sinónimo del término "conjunto" en las publicaciones de moda.

P

Percepción: Proceso cognitivo en el cual las personas seleccionan, organizan e interpretan estímulos del medio ambiente exterior (publicidad) o de fuentes internas (necesidades).

Personalizar: Tratar de forma diferente a clientes diferentes para elevar su nivel de vinculación y lealtad con la empresa.

Pintura: Arte de pintar. 2. f. Tabla, lámina o lienzo en que está pintado algo. 3. f. Obra pintada. 4. f. Color preparado para pintar. 5. f. Descripción o representación viva y animada de personas o cosas por medio de la palabra.

Psicología: Disciplina que estudia el significado expresivo de los gestos y de los movimientos corporales que acompañan los actos lingüísticos.

Planificación: Es el proceso de reflexión, análisis y decisión, cuyo fin básico es la aproximación de la Empresa hacia el futuro deseado en un entorno incierto y habitualmente hostil.

Planificación estratégica: Determinación de los objetivos de las Empresas a largo plazo y la elección de los medios y caminos necesarios para lograrlos. Es un proceso a lo largo del cual la Empresa reflexiona sobre sus objetivos y aspiraciones del futuro, analiza las oportunidades y amenazas que presenta el entorno, identifica sus fortalezas y debilidades internas, valora su posición competitiva y define unas estrategias y unas líneas de actuación (Plan de actuación) que le permiten mantener y mejorar su competitividad y alcanzar las metas propuestas.

Plan de acción (o Programa de actuación): Es un conjunto de tareas organizadas que deben ser ejecutadas con los recursos disponibles y potenciales, para la consecución de los objetivos fijados.

Plan de comunicación: Propuesta de acciones de comunicación en base a unos datos, objetivos y presupuesto. Dicho Plan es una rama del Plan de Marketing de la Empresa.

Plan de marketing (Marketing plan). Un Plan de Marketing es un documento de trabajo escrito, ordenado y estructurado, anual y periódico, que combina con precisión los elementos del Marketing Mix, para una determinada línea de productos, un producto, marca o mercados principales.

Plan de medios (Media plan): Un Plan de Medios es una parte del Plan de Publicidad (desarrollado en base a objetivos de Marketing) que tiene como fin la exposición cuantificable y medible del alcance, frecuencia y presupuesto de una Campaña Publicitaria, delimitado a cierto periodo de tiempo.

Positioning (Posicionamiento): El posicionamiento es el lugar que ocupa la marca de la Empresa en la mente de los consumidores en función de una serie de atributos del producto o con relación a otros productos de la competencia, e incluso a un producto que fuese ideal para el Cliente.

Potential customer (Cliente potencial): El que por sus características demográficas o socioeconómicas, comportamientos y/o necesidades puede considerarse como posible comprador de los productos ofertados o usuario de los servicios suministrados.

Precio: Valor monetario convenido entre el vendedor y el comprador en un intercambio de venta. Es una de las 4 P's del marketing.

Prêt à porter: Palabra que viene del francés y que significa “lista para llevar”, o en un vocabulario común “en el estante” o en “bodega”. Esta ropa es producida en masa y confeccionada industrialmente; a menudo más práctica e informal, además estas líneas nunca son hechas en un solo género, mientras que otras ofrecen unas líneas que son muy exclusivas y producidas solo en un número limitado y por un tiempo limitado como la alta costura.

Previsión de mercado: Previsión de las ventas totales de un producto que se pueden hacer en un mercado por todos los competidores.

Previsión de ventas: Estimación, en volumen o valor, de las ventas de un producto para un periodo futuro dado, utilizando un Plan de Marketing específico y bajo un grupo asumido de circunstancias económicas.

Producto: Bien manufacturado que posee características físicas y subjetivas, mismas que son manipuladas para aumentar el atractivo del producto ante el cliente, quien lo adquiere para satisfacer una necesidad.

Prosémica: Disciplina que estudia los comportamientos en relación con el empleo del espacio por parte del hombre.

Público objetivo (Target group): Conjunto de personas destinatarias de las diversas acciones de las empresas, tanto actividades de marketing como de comercialización, elegidas en función de ciertas características comunes de tipo sociodemográfico, socioeconómico y/o psicográfico.

Punk: Estilo de moda que nació alrededor de los años sesenta en la monarquía inglesa. Éste estilo está basado en el pensamiento del “no futuro”, que se refleja en una particular forma de vestir con prendas repletas de taches, acompañadas por extravagantes penachos y crestas, lo mismo que perforaciones.

Q

Quattrocento:(término que en castellano significa *cuatrocientos*, por los años pertenecientes al siglo XV) es uno de los períodos más importantes del panorama artístico europeo. Se sitúa a lo largo de todo el siglo XV y es la primera fase del movimiento conocido como Renacimiento.

R

Renacimiento: Época que comienza a mediados del siglo XV, en que se despertó en Occidente vivo entusiasmo por el estudio de la Antigüedad clásica griega y latina.

Retro: La tendencia retro supone la revisión de periodos anteriores al presente para tomar algunos de sus aspectos estéticos. La colección de Joseph Altuzarra para la primavera-verano 2010 o la colección Retro Modern de la firma G-Star son algunos ejemplos de la fiebre por lo retro de la moda. Lo retro suele referirse a lo que se encuadra entre los años 60 y 70.

Rococó: El término se utilizó por primera vez en inglés alrededor de 1836; era un coloquialismo que significaba “pasado de moda”, hoy en día es un estilo caracterizado por colores apastelados, lo mismo que colores claros. Las faldas y las medias hasta las rodillas son muy populares, junto con un fondo o combinación para darle más volumen, a lo que se le suman también arandelas y otros encantos al top.

Romanticismo: Escuela literaria de la primera mitad del siglo XIX, extremadamente individualista y que prescindía de las reglas o preceptos tenidos por clásicos. 2. m. Época de la cultura occidental en que prevaleció tal escuela literaria.

Rubro: Encarnado, rojo

S

Sastrería / Tailor's shop: Taller donde se confeccionan las prendas para damas y caballeros. 2. Tailor's trade: oficio del sastre.

Semiótica: Estudio de los signos en la vida social.

Sensibilidad de moda: Fuerza interior que impulsa a los individuos a seleccionar una cultura material, por la cual va a estar rodeado por un tiempo determinado.

Sociobiología: Estudio interdisciplinar de las bases biológicas del comportamiento social de los animales, incluido el del hombre.

Sociología: Ciencia que trata de la estructura y funcionamiento de las sociedades humanas.

T

Tie dye: Es un estampado que simula un desteñido.

Toile: Realización en tela de algodón blanco del boceto de un diseñador.

Trashumar: Dicho de una persona: Cambiar periódicamente de lugar.

Trendy. Es el equivalente de la frase “todo lo que está de moda”.

Trendsetter: O marca tendencias. Se encargan de establecer los parámetros de imagen que se utilizarán en próximas temporadas. Actualmente Anna dello Russo, como hemos visto más arriba, es una de ellas entre las que están también las *it girls* como Alexa Chung u Olivia Palermo.

Tribu Urbana: Tribus urbanas son aquellos grupos de amigos, pandillas o simplemente agrupaciones de jóvenes que visten de forma similar, poseen hábitos comunes y lugares de reunión.

U

Urban survival: Estilo relacionado con la cultura ciudadana. Está abriendo camino, sobre todo entre los más jóvenes, una tendencia a recuperar algunos códigos típicos de la “guerrilla urbana” inspiradas en la del ejército; relacionado con el estilo cargo, militar y de protección.

Urbano: El estilo urbano se refiere a todas esas prendas de vestir que están diseñadas para soportar la actividad cotidiana en la ciudad. Es cómodo y se adapta a las tareas del día a día.

V

Victoriano: Formas que se retoman en la época de La Reina Victoria en el siglo XIX, caracterizado por corsé, cuellos altos, mangas tipo balón, cortes rectos, bordados, nidos de abeja, diseños floreados y ornamentados.

Vintage: Periodo de tiempo en el siglo XXI cuando “la apariencia del denim” remontó casi todas las siluetas clásicas de cinco bolsillos de los jeanswear; se sumaría a esto, la evolución de los “ropavejeros” los cuales más tarde evolucionarían en toda una nueva moda, transformando las tiendas en templos del estilo “chic retro”. 2. Pasado de moda; que ya no está en moda o no es moderno.

BIBLIOGRAFÍA

Abaroa, Patricia. *L`Wren y su alegoría del amor.*

Abril, G. (1995). *Análisis semiótico del discurso.* En Delgado y Gutiérrez (eds). Métodos y técnicas de investigación cualitativa en ciencias sociales. Madrid. Síntesis.

Aileen Staines (2015). Artículo Madame Peripetie Fahrenheit Magazine. Revista prensa web. Febrero.

Alexandrowitch, Silvia. (2006). *La mujer Surrealista.* El Pais.

Anawalt, Patricia R. (2008). *Historia del vestido.* Traducción, Remedios Diéguez Diéguez. Barcelona. Art Blume.

Apollinaire, G. (1914) *Revue de la quinzaine: Les Réformateurs du costume*, Mercure de France, no. 397, 1 enero de 1914; traducido en este volumen como “*The Fortnight Review: the Reformers of Dress*”.

Aras, Roberto. E. Artículo de investigación *Arte y moda. ¿Fusión o encuentro? Reflexiones filosóficas.* Cuadernos del Centro de estudio de Diseño y Comunicación. N° 44. Universidad De Buenos Aires. 2013.

Argullol, Rafael. (1991). *El Fin del mundo como obra de Arte.* Barcelona. Editorial Destino.

Aronson, Eduardo. *Ensayos sobre la racionalización occidental: la sociología de la religión de Max Weber.* Universidad Nacional de Quilmes. Argentina.2004.

Arzalluz, Miren. (2010). *Cristóbal Balenciaga: la forja del maestro.* Nerea.

AA.VV. (1987). *Moda y Diseño. Un desafío cultural. Reflexiones sobre el fenómeno de la moda desde la perspectiva de las ciencias sociales, la filosofía y el arte.* Santander, Universidad Internacional Menéndez Pelayo.

Balenciaga, Cristóbal. (2000). *Cristóbal Balenciaga.* San Sebastián. Hemen Art.

Balla, G. (1913) *Futurist Manifesto of Men's clothing.* Ed. Apollonio.

Balla, G. y Depero, F. (1915). *Manifiesto de la Reconstrucción Futurista del Universo*, publicado en una hoja suelta. Direzione del Movimento Futurista, Milán 10 de marzo.

Ballester, Ana. Artículo La belle époque. Publicado en su blog:
<http://literaturauniversal-ana.blogspot.com.es/2014/05/la-belle-epoque.html>

Balzac, Honoré. 1919. *Tratado de la vida elegante. Historia y fisiología de los bulevares de París*. Madrid.

Banaim, Laurence. (2002) *Biografía de Yves Saint Laurent*. Editorial Grasset.

Bandrés Oto, Maribel. (1998). *El vestido y la moda*. Prólogo de Manuel Pertegaz. Barcelona. Larousse.

Barrena, S. (2007) *La Razón Creativa, crecimiento y finalidad del ser humano según C.S. Peirce*.

Barthes, R. (1957). *Historia y Sociología del vestido*. Algunas observaciones metodológicas. Ediciones Annales.

Barthes, R. (2003): *El sistema de la moda y otros escritos*. Paidós. Barcelona.

Batchellí, Guillem. Revista online Pretamagazine. *¿Por qué la moda comunica?*
Artículo 21 de noviembre 2014

Bataille, Georges. Artículo *El lugar absoluto de Manet*, publicado en El País el 7 de febrero del 2004.

Baudelaire, Ch. (1883). *Eloge du maquillage. En Le Peintre de la vie moderne*. París: Gallimard.

Baudelaire, Ch. El pintor de la vida moderna. 1863.

Baudot, Françoise. (1997). *Poiret*. Paris.

Baudot, F. (1997). *Schiaparelli Magier de mode*.

Baudot, F. (2002). *Moda y surrealismo*. Madrid. H.Kliczkowski.

Baudrillard, J. (1969). *El sistema de los objetos*. Madrid. Siglo XXI.

Baudrillard, J. (1974). *La sociedad de consumo*. Barcelona. Plaza & Jane.

Beaton, Cecil. (2010). *El espejo de la moda*. Con ilustraciones del autor. Traducción, Luis Solano Costa. Barcelona. Vergara.

Bell, Daniel. (1991) *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Madrid. Alianza.

Bell, Daniel. (1994). *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid. Alianza Universidad.

Bénichou, Paul. (1973). *Le Sacre de fe'crivain*, París. José Corti.

Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductividad técnica*. Edorial Itaka. México.

Benjamin, W. (2005). *Libro de los pasajes*. Madrid. Akal.

Bergé, Pierre. (2010). *Cartas a Yves*. Editorial Elba.

Bernis Madrazo, C. (1956) *Indumentaria medieval española*, Madrid.

Bernis Madrazo, C. (1962). *Indumentaria española en tiempos de Carlos V*, Madrid.

Bernis Madrazo, C. (1978-1979). *Trajes y modas en la España de los Reyes Católicos*, Madrid.

Birdwhistell, R.L. (1972). *Kinesics and context. Essays on body motion communication*. University of Pennsylvania Press: Filadelfia.

Birlanga Trigueros, José G. (2007) *Baudelaire y la moda: notas sobre la gravedad de lo frívolo*. En *Bajo palabra: revista de filosofía*. Época II, n. 2.

Boltanski, Luc. (1975). *Los usos sociales del cuerpo*. Buenos Aires: Periferia.

Bongrand, Caroline. (2011). *Inspiration Dior*. Editorial La martinière. París.

Bongrand, Caroline. (2012). *Dior Fashion*. Editorial Assouline.

Bouillon, Jean Paul. (1989). *Diario del Art Decó 1903- 1940*. Barcelona. Editorial Destino.

Bourdieu, P. (1986). *Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo*. En *Materiales de Sociología Crítica*. Ed. La Piqueta. Madrid.

Bourdieu, P. (1999). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid. Taurus.

Bourdieu, P. (1990). *Alta costura y Alta cultura en Sociología y cultura*. México. Grijalbo.

Braudel, Fernand. (1967). *Civilisation matérielle et capitalisme*. Armand Colin. París.

Braunstein, P. (1985) *Approches de l'intimité XIV^eve siècle, Histoire de la vie privée*, París, Ed. du Seuil.

Brower, Cara; Mallory, Rachel; Ohlman, Zachary. (2007). *Diseño eco experimental: arquitectura, moda, producto*. Barcelona. Gustavo Gili.

Bruner, Jerome (2001). *Realidad mental y mundos posibles. Los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia*. Barcelona. Gedisa.

Bruzzi, S., Church, P. (2000): *Fashion Cultures: Theories, Explorations & Analysis*, eds Gibson. Londres.

Buccino, María Aldana. Artículo de investigación. *Sherman: retratos del ser*. Creación y Producción en Diseño y Comunicación N°68. Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina.

Bunz, Mercedes. (2008). *La utopia de la copia: El pop como irritación*. Interzona editora S.A.

Calefato, P. (1986). *Il Corpo Rivestito*. Bari.

Calefato, P. (1989): *El cuerpo y la moda*, “Eutopías”, Vol. 10, Centro de Semiótica y Teoría del Espectáculo, Universitat de Valencia, Valencia.

Calefato, P. (2002). *El sentido del vestir*. Instituto de Estudios de Moda y Comunicación. Valencia.

Cain, Julien. (1974). *Paul Poiret le magnifique*. París.

Cansino Assens, Rafael. La gloria y la memoria. El ultraísmo iberoamericano *suivant les traces*. 2012.

Casero, Cecilia. (2012) La nueva Delfina Delettrez. Publicado en Vogue.

Cassati, Sandro. (2014). *Yves Saint Laurent. L'Enfant terrible*. Editorial City.

Ceccato, Daniela. Cuerpos encriptados: entre el ser real e irreal. Universidad de Palermo, Buenos Aires.

Celdrán Helena. Artículo *Leight Bowery, el “performer” que utilizaba su cuerpo como lienzo*. Diario 20 minutos. Octubre 2010.

Celdrán Helena. La moda y el arte, una historia de amor que empezó en el siglo XIX. Publicado en el diario 20 minutos. 2012.

Celdrán Helena. *Egon Shiele, el pintor sexual y descarnado*. Publicado en el diario 20 minutos. Enero 2013.

Cerrillo Rubio, Lourdes. (2008). *Poiret y el Art Decó*. Anales de historia del arte, ISSN 0214-6452, N° Extra 1, (Ejemplar dedicado a: Firmissima convelli non posse: Homenaje al profesor Julián Gallego), págs. 513-526.

Cerillo Rubio, Lourdes. (2010). *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*. Siruela. Madrid.

Charo, Patricia. (2011). *Vestir el cuerpo, una práctica para todos*.

Codina, Mónica. (2004). *Crear moda, hacer cultura*. En Ars Brevis: anuario de la Cátedra Ramón Llull Blanquerna. N. 10.

Cominges, J. de (1991): *Del cine a la moda, en “Celuloide de Terciopelo”*. Círculo de Estilistas, Valencia.

Corra, B. (1910). *Arte del l'avvenire*, Ravena. Ed. Longo.

Cosgrave, Bronwyn. (2005). *Historia de la moda: desde Egipto hasta nuestros días*. Barcelona. Gustavo Gili.

Costa, Joan. (2004). *La imagen de marca. Fenómeno social*. Editorial Paidós.

Crispoli. (1986). *II Futurismo e la moda*, Venecia, Ed. Marsilio.

Cruz Bermeo, William. *Los surrealistas y la moda*. Universidad de Palermo, Buenos Aires. Argentina.

Cruz, Érica. *La moda y el Pop Art.* Publicado en la revista digital [http://www.fahrenheitmagazine.com.](http://www.fahrenheitmagazine.com/) /2013.

Culler, J. (1998). *Sobre la deconstrucción: teoría y crítica después del estructuralismo.* 3ª edición. Ediciones Cátedra.

Daix, Pierre. (2002). *Historia cultural del Arte Moderno.* Madrid. Cátedra. 2002.

De Diego, Estrella. (2015). La aventura colorista de Delaunay. El País Semanal. Marzo.

De Tocqueville, A. (2010). *La democracia en América.* Trotta.

De Tarde, Gabriel. *Les Lois de Fimitation* (1890), reimpresión Slatkine, Ginebra, 1979. Traducción. *Las leyes de la imitación: estudio sociológico*, Madrid, Daniel Jorro, 1907.

De la Torriente, Eugenia. *Galliano hechiza París con su magia.* El País, (22/01/2008).

De Sousa Congosto, Francisco. *Introducción a la historia de la Indumentaria.* Istmo, 2007.

Dejean, Joan. (2008). *La esencia del estilo: historia de la invención de la moda y el lujo contemporáneo.*

Descamps, Marc Alain. (1986). *Psicología de la Moda*, México, D.F, Fondo de Cultura Económica.

Deslandres, Yvonne. (1987). *Paul Poiret.* Thames & Hudson Ltd.

Diez Fernando. El arte y la moda en el siglo XX. Publicado en <http://suite101.net/>

Dior, Christian. (1951). *Je suis couturier.* Éditions du Conquistador.

Dior, Christian. (2007). *Chistian Dior y Yo.* Barcelona. Gustavo Gili.

Dorfles, Gillo. (1971). *Naturaleza y artificio.* Barcelona. Lumen.

Douglas, Mary. (1998) *Símbolos naturales: exploraciones en cosmología.* Madrid. Alianza.

Duby, G. (1983) *Le Temps des cathédrales*, París, Gallimard, 1976. Trad. Castellana en Argot.

Durozoi, Gerard. (1997). *Arte del siglo XX*. Diccionario Akal. Ediciones Akal. Madrid.

Echegaray, Luján. El arte y la moda a través de Yves Saint Laurent. Universidad de Palermo, Buenos Aires.

Eco, U. (1976). *El hábito hace al monje*. En VV.AA. Psicología del vestir. Barcelona. Lumen.

Eco, U (1982). *Como se hace una tesis*. Gedisa. Barcelona.

Eco, U. (2000). *Semiótica y filosofía del lenguaje*. Barcelona. Ed. Lumen.

Eco, U. (2010). *Historia de la belleza*. Barcelona. Debolsillo.

Edmond de Goncourt, *La Mujer del siglo XVIII* (1862), París, Flammarion, 1982.

Elias, N. (1982). *Sociología fundamental*, Barcelona. Gedisa.

Elias, N. (1990). *La sociedad de los individuos: ensayos*, Barcelona. Península.

Elizalde, Claudia. Artículo *El extraño mundo de Madame Peripetie*. Publicado el 12/2012 en freshlandmag.com

Elsa Schiaparelli. (2007). *Shocking Life*. V & A EDITIONS.

Enrique Vázquez, Armando. René Magritte y su incursión en la moda y en la publicidad. <http://thepointmx.com/www/2015/06/22/rene-magritte-y-su-incursion-en-la-moda-y-la-publicidad/#sthash.FDBVSuGK.dpbs>

Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*, Paidós Contextos. Barcelona.

Escudero, L. (2003). *Repensar la iconocidad* en DeSignis 4. Julio. Barcelona: FELS-Gedisa.

Everaert, Nicole. (2009). *La comunicación artística: una interpretación peirciana*, en revista electrónica Signos en Rotación Año III, núm. 181. 2001. Artículo disponible en línea en: <http://www.unav.es/gep/Articulos/SRotacion2.html>(recuperado el 28 de junio de 2009).

Fernández, Diana. (2015)Vestuario Escénico. Febrero.

Fernández Santos, Elsa. (2015) El último deseo de Jesús del Pozo era de papel. El País

Faerm, Steven. (2010). Moda. Curso de Diseño. Barcelona, Parramón.

Fatás, G. y Borrás, G.M. (1980). *Diccionario de términos de Arte*. Biblioteca temática Alianza. Ediciones del Prado. Madrid.

Finetto, Fabiana. Artículo Loewe, la historia de la marca de moda que representa el lujo en España publicado en <http://bcncoolhunter.com/2013/01/loewe-historia-marca-moda-lujo-espana/2013>.

Foucault, M. (1999). *Entre filosofía y literatura. Obras esenciales, Volumen I. ¿Qué es un autor?* Buenos Aires. Paidós.

Featherstone, M. (1990). *Perspectives on consumer culture*. Sociology, nº 24. *The Body in a Consumer Society*. 1999. Introduction. *Body and Society*, vol. 1, nº 1, 1995.

Fernández, L. (1993). *Museología, Introducción a la teoría y práctica del Museo*. Madrid. Itsmo.

Gadamer, H. G. (1991). *La actualidad de lo bello*. Barcelona. Paidós.

Galafate, C. Artículo Bolsos arquitectónicos y 100% “made in Spain” publicado en El Mundo. 02/03/2015.

García Bragado, David. Artículo publicado en vertirseporlospies.es. *Balenciaga ; El caballero de la Alta Costura femenina*.

Gavarrón Casado, L. (1982): *Mil caras tiene la moda*. Penthalon. Madrid.

Gavarrón Casado, L. (2003). *La mística de la moda*. Valencia. Engloba.

Gavarrón Casado, Lola. Modas recientes (1960-...) Una sinopsis/ crónica apresurada. Museo del Traje.

Gerard, Paul. (2012). *Louis Vuitton, el nacimiento del lujo moderno*. Editorial El Viso.

Giddens, Anthony. (1998). *Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona. Península.

Giorgi, Arianna. Artículo *Artísticamente moda* publicado en la revista online TONOS. Revista electrónica de estudios filológicos. Universidad de Murcia. 2006.

Giroud, Francoise &, Van Dorssen, Sacha. (1989). *Dior*. Rizzoli. Italia.

Goffman, Erving. (1971). *Ritual de la interacción*. Buenos Aires. Tiempo Contemporáneo.

Golbin, Pamela. (2012). *Louis Vuitton /Marc Jacobs*: In association with the Musee des Arts Decoratifs, París.

Gómez Luque, Mariano. (2011). *12 arquitectos contemporáneos*. Buenos Aires. Universidad Blas Pascal, Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina.

Gómez Villafaña, Aldo. (2015). *El graffiti como fuente de inspiración en el mundo de la moda*. Mayo.

González, H. (2012) *El arte en la moda*, inCover. 27 de marzo.

Gonzales Pino, Diego. *Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes*. Universidad de Palermo 2014.

González Fuertes, Manuel Amador ¿Vistiendo España?Trajes e identidad nacional en el reinado de Carlos III

Gómez Luque, Mariano. (2011). *12 arquitectos contemporáneos*. Buenos Aires. Universidad Blas Pascal, Universidad de Palermo.

González Mena, M.A. (1982). *Bordados, pasamanería y encajes. Historia de las artes aplicadas e industriales en España* / coord. por Antonio Bonet Correa.

Greimas, A. J.-Courtés, J. (1979). *Semiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Paris: Hachette (Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje, Madrid, Gredos, 1983).

Grillet, B. (1975). *Les Femmes et les fards dans Antiquité grecque*, París, Ed. Du C.N.R.S.

Greffulhe, Elisabeth. La musa de Proust. Artículo publicado en El País. Noviembre 2015.

Groupe u. (1993). *Tratado del signo visual*. Madrid. Ediciones Cátedra.

Gruber, Alain. (2000). *Las artes decorativas en Europa. I. Del Renacimiento al Barroco. II. Del neoclasicismo al art decó*. Madrid. Espasa- Calpe. Dos volúmenes.

Gubern R. (1997). *Medios icónicos de masas*. Madrid. Historia 16.

Guershman, B. (2008). *Independientes, autores y empresarios*. Una etnografía acerca del diseño de indumentaria en la ciudad de Buenos Aires. Tesis de Maestría en Antropología Social, Instituto de Altos Estudios Sociales, Universidad Nacional de General San Martín. Argentina, Buenos Aires.

Gutiérrez, Juan. La moda imposible. La moda de vanguardia 1960-2010. Catálogo de publicaciones del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en colaboración con el Museo del Traje. 2013.

Henri Matisse en DAIX, Pierre.1991.*Diario del cubismo*. Barcelona.

Hermoso Cuesta, Miguel. (2008). *Breve historia del arte egipcio*. Madrid. Trejete editorial.

Herrero, Monserrat. (2000). *Fascinación a la carta: moda y posmodernidad*. En: Nueva revista de política, cultura y arte. N. 72 (nov.-dic.).

Habermas, J. (1985). *La modernidad: un proyecto incompleto*. En Foster, H. (1985). La Pos-modernidad. Barcelona: Kairós. Cfr. Croci, P. y Vitale, A. (comps.) (2000). Los cuerpos dóciles. Hacia un tratado sobre la moda. Buenos Aires. La Marca.

Haidar, J. (1996). *El campo de la semiótica visual* en Gimete Wesh Adrián y López Rodríguez Juan Manuel (coord.). *Semiótica. Memoria del curso 1995*. México. UAM-Azcapozalco.

Hobsbawn Eric. J. (1991). *Naciones y nacionalismo desde 1780*. Barcelona. Critica.

Hobsbamnw, Eric. J. Industria e Imperio. Traducción Gonzalo Pontón. Editorial Arial.

Huma, D. (1980). *La norma del gusto y otros ensayos*. Valencia, Cuadernos teorema.

Jameson, F. (1985). *Posmodernismo y sociedad de consumo*. En Foster, H. (1985). La Posmodernidad. Barcelona. Kairós.

Jiménez Morales, Rosario. El surrealismo y la modernidad. Universidad Ouberta de Catalunya.

Johnston, Lucy. (2006). *La moda del siglo XIX en detalle*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.

Kant, I. (2003). *Crítica del discernimiento*. Madrid. A. Machado Libros.

Karan, Tanius. *Introducción a la semiótica de la imagen*.

Knapp, Mark L. (1985). *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Barcelona. Paidós.

Klinkenberg, Jean Marie. (2003). *Claves cognitivas para una solución al problema del iconismo* en DeSignis 4. Julio. Barcelona: FELS .Gedisa.

Klinkenberg, Jean Marie. (2006) *Manual de semiótica general*. Fundación Universidad de Bogotá, Jorge Tadeo Lozano.

Knox, Kristin. (2010). *Alexander McQueen: Genius of a generation*.

Kusama, Yayoi. (2011). *Infinity Net: The autobiography of Yayoi Kusama*.

Kusama, Yayoi. (2014). *I who have arrived in Heaven*.

La Nación (2008). *El teatro viste a la moda* publicado el 23/08/08.

Lando, Larissa. *Diseño de Modas*. CBH Books, Canadá, 2009. Pág 112.

Laver, James. (2006). *Breve historia del traje y la moda*. Madrid. Cátedra.

Leborg, Christian. (2013). *Gramática visual*. Barcelona. Gustavo Gili.

Leira Sánchez, Amelia. (2007). *La moda en España durante el siglo XVIII*. Revista Museo del Traje.

Lescano, V. (2004). *Followers of Fashion*. Falso diccionario de la moda. Buenos Aires: Interzona.

Leven Johanna. *Sandra Backlund, reina del collage Knitwear*. Neomoda. Primer portal de Moda y Tendencia. Abril 2011.

Lipovetsky, G. (1986). *La era del vacío*. Barcelona. Anagrama.

Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona. Anagrama.

Lipoveysky, G. (2004). *El lujo eterno*. Barcelona. Anagrama.

López Belda, Laura. El vestido, espacio semiótico. Universidad Jaume I. 2011. Información obtenida en <http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi16/complet.pdf>

López Duque, Carlos. *Fotografía creativa*. Artículo publicado en Trenshots blogspot (19/04/2013).

Lotman, J. y Escuela de Tartu. (1979). *Semiótica de la Cultura*. Madrid. Cátedra.

Lozano, J. (1993). *Análisis del discurso: hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid. Cátedra.

Lozano, J. (2000). Artículo: *Simmel: la moda, el atractivo formal del límite*. *Espéculo*. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid.

Lozano, J. (2003). Artículo: *Walter Benjamin, la Moda: el eterno retorno de lo nuevo*. *Espéculo*. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid.

Lozano, J. (2015). *Moda: el poder de las apariencias*. Madrid. Casimiro.

Luna, I. (2009). *Maison Martin Margiela*. Nueva York: Rizzoli International Publications.

Lurie, Alison. (2002). *El lenguaje de la moda: una interpretación de las formas de vestir*. Barcelona. Paidós Ibérica.

Madsen, Alex. (1998). *Coco Chanel: Historia de una mujer*. Editorial Circe.

Manfredd, Hegger. (2010). *Materiales*. Barcelona. Gustavo Gili.

Marchan Fiz, S. (1990). *La evolución del Museo*. VII Congreso Internacional de la Federación Mundial de los Amigos de los Museos. Córdoba. España.

María Del Rosario. La moda considerada como una de las Bellas Artes. Blog: <http://disenomodas-andina-pereira.blogspot.com.es/>

Markides, K.S.; (1987). *Retirement in Industrialized Societies. Social Psychological and Health Factors*. Chichester: John Wiley. 1987.

Marrone, G. (1995). *Barthes: il processo della moda*, en G. Ceriani y Roberto Grandi (comps.). *Moda: regole e rappresentazioni*. Milán. Angeli.

Martín Font, J.M. (2012) *Lecciones de una leyenda para el futuro de la moda*. El país cultural.

Martínez Barreiro, Ana María. (2006). *La difusión de la moda en la era de la globalización*. En *Papers: revista de sociología*. N. 81.

Marx, K. (1976). *Introducción a la crítica de la economía política*. Buenos Aires: Editorial Polémica. En Croci, P; Vitale, A. (comps.) (2000). *Los cuerpos dóciles. Hacia un tratado sobre la moda*. Buenos Aires. La Marca.

Mata Torrado, F. M. *Las exposiciones temporales de moda*. Revista Museo. VI Jornadas de Museología.

Merleau- Ponty. M. (1985). *Fenomenológica de la percepción*, Barcelona. Editorial Planeta Agostini.

Mele, J. (2010). *Modernos y contemporáneos: ensayos breves de arquitectura y arte*. Buenos Aires. Nobuko.

Mendes, Suzy. (2014) *Pierre Cardin: un museo de moda futurista*. Publicado en Vogue.

Mendes, Susy. (2015). *Gaia Repossi y Delfina Delettrez: joyas para una nueva generación*. Vogue.

Merchán Alonso. (2012) *Arte y Moda*

Michavila Díaz, Alicia. Historia del vestido. Universidad Jaime I. 2007

Michaud, Y. (2002). *El juicio estético*. Barcelona. Idea Books.

Michaud, Y. (2007). *La obra de arte en estado gaseoso*. Ensayo sobre el triunfo de la estética. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. Argentina.

Miller, Lesley Ellis. (2007). *Balenciaga: Modisto de modistos*. Barcelona. Gustavo Gili.

Monneyron, Frédéric. (2006). *50 respuestas sobre la moda*. Barcelona. Gustavo Gili.

Müller, Florencia/ Mairet Jeauffroy, Bárbara. (2013). *Impressions Dior*. Editorial Rizzoli.

Müller, Florencia. Berge. P y Chenoune. (2013). *Yves Saint Laurent*. T.F. Editores.

Müller Florencia, Mairet Jeauffroy Barbara, Richart Brigitte y Chenoune, Farid. (2014). *Dior, images de legende*. Editorial Rizzoli.

Munari, Bruno. (2002). *Como nacen los objetos*. Barcelona. Gustavo Gili.

Diana Muñoz. *Warhol se viste de Dior*. <http://www.malatintamagazine.com/>

Murgueza, Ana. Miró y la Moda. Artículo publicado en revista mujer.

Murphy, Robert. (2009). *The private world of Yves Saint Laurent and Pierre Bergé*. Thames and Hudsson LDT.

Mukarovsky, J. *Escrito de Estética y Semiótica del Arte*. Edición, introducción y traducción Jarmila Jandová, Emil Volek. Editorial Plaza & Janes. Colombia. 1997.

Nicolás Martínez, M. del Mar. (2001). *Mariano Fortuny y Madrazo. Entre la modernidad y la tradición*. Madrid. Fundación Universitaria Española.

Nicolás Martínez, M. del Mar. (2007). *Mariano Fortuny y Madrazo: vestidos y tejidos de la colección del Museo del Traje*. Revista nº 0.

Norman, Donald. A. (2010). *La psicología de los objetos cotidianos*. Editorial Nerea.

Noten Dries Van. *Dries Van Noten*.

Ortiz, Daniel. Vanguardismo, Moda y Escultura.

Otero Brenda. (2015) El armario perdido de Frida Kahlo sale de su escondite. El País.

Pardo Navarro, Bárbara. *La moda: Arte e influencia artística*. Universidad Politécnica de Valencia. 2008.

Parkins, Ilya. (2012). *Poiret, Dior and Schiaparelli*.

Peirce, Charles. (1903). *Lecciones de Harvard sobre el pragmatismo*. Lección VI "Tres Tipos de Razonamiento" Traducción castellana y notas de Vericat, José (1988), Universidad de Navarra, Grupo de Estudios Peirceanos.

Peirce, Charles. (1932-35) Collected papers of Charles Sanders Peirce, en Hartshornes, Charles; Weiss, Paul (edit), Vol. 6, Harvard University Press.

Peirce, Charles (1888). *Tricotomía*. Traducción castellana de Uxía Rivas (1999), en <http://www.unav.es/gep/Trico.html>(recuperado el 13 de julio de 2009).

Peirce, Ch. S. (2008). *El Pramgatismo*, (Introducción, traducción y notas de Sara Barrena) Ediciones Encuentro, S.A. Madrid.

Pitarque, Sol. *El discurso del diseño*. Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina. 2008.

Peyri, C. (1990). *La moda imagen de la historia*. Barcelona, IDEP.

Philippe Simón, *Monographie d'une industrie de luxe: la haute couture*, París, 1931, pág. 102.

Picó J. *Modernidad y Posmodernidad prefacio, introducción y complicación* de Josep Picó. Madrid. Alianza editorial, 1998.

Piponnier, F. (1970). *Costume et vie sociale, ja cour d'Anjou, XIV-XV siècle*, París, Mouton.

Piravique Ruiz, Andrea Melissa. *La nueva arquitectura del diseño*. Universidad de Palermo, Buenos Aires. Argentina.

Plana Sabater, Juan Manuel. Arte, culturas y estéticas. Ensayos universitarios.

Poiret, Paul. (1974). *En habüilant tépoque* (1930), París. Grasset.

Poiret, Paul. (1989). *Vistiendo la época*. Barcelona.

Prada y Bertelli, Miuccia & Patricio. *Prada: creatividad, modernidad e innovación*.

Puerta Escribano, Ruth de la. (2006). *La segunda piel: historia del traje en España: del siglo XVI al XIX*. Biblioteca Valenciana.

Racinet, Albert. Vestuario, forma y contenido. <http://escenografia.cl/vest.htm>.

Ramírez, Ana. (2013). *Dior crea el bolso Warhol*. Publicado en <http://fueradeserie.expansion.com/2013/07/31/moda/1375264767.html>

Ramón, Verónica. *Delfina Delettrez, la joyera surrealista*. Publicado en Vogue.

Rodríguez Caamaño, Manuel. (2001). *Temas de sociología*. Editorial Huerga Fierro.

Rodríguez Viqueira. *Introducción a la Arquitectura en México*.

Roger Salas. *El arte de la Alta Costura convierte a los museos en grandes escaparates*. Artículo publicado en El País. Agosto del 2001.

Rivière, Margarita. (1977). *La Moda: ¿Comunicación o Incomunicación?* Barcelona. Editorial Gustavo Gili.

Ruiz de la Prada, Ágatha. (2004). *Ágatha Ruiz de la Prada: exposición: homenajes a artistas/homenajes to artists*. Coordinación general, Carmen Bernárdez; traducciones, Tomàs Belaire [et al.]; textos, Consuelo Císcar Casabán. Valencia: IVAM.

Sachs, Maurice. (2001). *París canalla*. Madrid. Editorial Trama.

Sanguino Julieta. *Julian Moore da vida a grandes obras de arte*. Cultura Colectiva.

Saltzman, Andrea. (2004). *El cuerpo diseñado: Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. 1º edición. Buenos Aires. Argentina. Paidós 2004.

Saulquin, S. (1998). *La moda en la Argentina*. Buenos Aires: Emec.

Schiaparelli, Elsa. (2008). *Shocking life. Autobiografia di un'artista della moda*. Alet Edizioni. Italia.

Scribo, L. (1968). *Sintesi del futurismo*, Roma.

Secrest, Meryle. (2014). *Elsa Schiaparelli a biography*.

Seivewright, Simon. (2008). *Manuales de Diseño de Moda. Diseño e investigación*. Barcelona. Gustavo Gili.

Serrano, Ana.M. Artículo Del arte grecolatino al pop art americano. Periódico ABC. 13 de julio de 2012.

Serrano, Ana. Artículo publicado en la revista online Soitu.es. (05/10/2009). *La herencia que dejó Bowery*.

Sherin, Aaris. (2013). *Elementos del diseño*. Parramon.

Shilling, Chris. (1993). *The Body and Social Theory*. Londres. Sage.1993.

Simmel, G. (1988). *Sobre la aventura*. Ensayos filosóficos. Barcelona. Península.
(1939). *Cultura femenina y otros ensayos*. Buenos Aires. Espasa Calpe.

Sinclair, Charlotte. (2012). *Vogue On Christian Dior*. Editorial Quadrille.

Simmel, G. (1999). *Filosofía de la moda*. Alba Editorial. Barcelona.

Sola, T. (1996). *Concepto y naturaleza de la Museografía*. Editorial Tribuna Libre.

Sofía Soler. (2014) *Lo que Chanel y Picasso tienen en común*.

Sosa Teresa. *Madeleine Vionnet y el vestido de mujer como obra de arte*. Publicado en el blog palabra de mujer.

Spencer, H. (1883). *Principes de Sociologie*. París. Librairie Germer Bailliere.

Squicciarino, N. (1990). *El vestido habla*. Madrid. Cátedra.

Starobinski, Jean. (1970). *Portrait de Partiste en saltimbanque*, Ginebra. Skira.

Stern Radu, autor de *Against Fashion: clothing as Art, 1850-1930*.

Sztajnszrajber, D. (2008). *Posmodernidad y estetización de la existencia*. Posgrado virtual en Educación, Imágenes y Medios. Buenos Aires: FLACSO.

Tablate Miquis, J. (2000). *Arte y moda en la pintura europea (1850-1880)*. Revista Artes y letras. Nº 62.

Thomas, Dana. (2015). *Gods and Kings: The Rise and Fall of Alexander McQueen and John Galliano*. Estados Unidos. Editorial Penguin Press.

Toussaint-Samat, Maguelonne. (1994). *Historia técnica y moral del vestido*. Las pieles. Alianza Editorial. Madrid.

Toussaint-Samat, Maguelonne. (1994). *Historia técnica y moral del vestido*. Las telas. Alianza Editorial. Madrid.

Tungate. M. (2008). *Marketing para hombres*. Publicado en Kogan Page.

Turner, Bryan (1989). *El cuerpo y la sociedad: exploraciones en la teoría social*. México: FCE.

Turner. J.C. *Redescubrir el grupo social*. Editorial Morata.

Urrea, Inmaculada. (1998). *Coco Chanel, La revolución de un estilo*. S.A. EIUNSA. Ediciones Internacionales Universitarias.

Vaquero Arguelles, Isabel. El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX. Museo del Traje.

Vallverdú, Laura. (2013) Moda y Arte, el impresionismo en los vestidos de Christian Dior. Junio. <http://bcncoolhunter.com/>

Vattino, Gianni. (2004). *El fin de la modernidad*. Gedisa.

Veblen, T. (2008). *Teoría de la clase ociosa*. Madrid. Alianza Editorial.

Vega, Mara. *10 obras de arte en la pasarela*. Publicado en www.itfashion.com

Venturi, Lionello (1991). *El gusto de los primitivos*. Madrid. Alianza Forma.

Vilaseca, Estel. Desfiles de moda: diseño, organización y desarrollo.

Volt, Ginna. (1920). "*Manifiesto della moda femminile futurista*", *Roma futurista* 3, nº 17.

VV.AA. (2000). *Historia del Srte*. Editorial Nerea.

VV.AA. (2003). *Karl Lagerfeld*. Bertelsmann Lexikon Verlag.

VV.AA. (2011). *Alexander McQueen: Savage Beauty*. Yale University Press.

VV.AA. *La Moda y el Pop Art*. Nuevas tendencias en diseño de indumentaria. Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Wachttenndorff, Karin. (2013) Los colores de Frida. Publicada en entretanto magazine.

William Fairholt, Frederick. *Costume in England. A History of Dress to the End of the Eighteenth Century.* London.1885.

Worth Jean Charles. *A propos de la mode, La Kevue de París,* 15 de mayo de 1930.

Ximénez Mario. *Úlises Mérida* .Publicado en Vogue España.

Zweig, Stefan. (2004). *El mundo de ayer. Memorias de un europeo.* Editorial Acantilado (versión en castellano).

TESIS (REFERENCIAS)

Casablanca, Luis. Tesis doctoral. La moda como disciplina artística en España. Jesús del Pozo y la generación de los nuevos creadores. Universidad de Granada. 2007.

Duarte, Pablo E. Tesis sobre la Moda. Máster Gestión Cultural. 2013.

Mendoza Urgal, María del Mar. Tesis doctoral: El vestido femenino y su identidad. El vestido en el Arte de principios del siglo XX Y XXI. Universidad Complutense de Madrid. 2010.

Molina De la Rosa. Adriana Araceli. Tesis doctoral. La escenografía teatral mexicana contemporánea. La expresión de un ámbito polisémico de las Artes. Centro de cultura Casa Lamm. México 2014.

CATÁLOGOS (REFERENCIAS)

Entramados. Pintura y traje. Hélène Picard.Museo del Traje. 2008.

100% siglo XX. Museo del Traje. 2009

Elio Berhanyer. 50 años de moda. Museo del Traje. 2009

Color, belleza y tiempo. Homenaje a Pedro del Hierro. Museo del Traje. 2011.

15 años sin Gianni. Homenaje a Gianni Versace. Museo del Traje. 2012

Mirar y pensar Balenciaga. Fotografías de Outumuro.2012.

Alta Costura sobre papel, figurines de Pedro Rodríguez. Museo del Traje. 2012.

Inspiraciones. Mariano Fortuny.

La moda imposible. Moda de vanguardia, 1960 – 2010. Museo del Traje. 2013

III Bienal de Iberoamérica del diseño.

Robert y Sonia Delaunay. Fundación Juan March.

El cuerpo extraño, Muestra David Delfín, en CAC Málaga.

Pasarela Fortuny, Granada. Fundación Robles Pozo.

“Impossible Conversations”. Prada & Schiaparelli. Metropolitan New York.

WEB DE MUSEOS Y FUNDACIONES

Museo del Traje Madrid: museodeltraje.mcu.es

Museo del disseny Barcelona: www.museudeldisseny.cat/es

Victoria & Albert Museum: www.vam.ac.uk

Thyssen Bornesmiza: www.museothyssen.org

Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía: www.museoreinasofia.es

Museo Cristóbal Balenciaga: cristobalbalenciagamuseoa.com

Fondazione Roberto Capucci: www.fondazionerobertocapucci.com

Museo Gucci: www.guccimuseo.com/es/

Museo Ferragamo: www.ferragamo.com/museo/it/ita

Fundación Gala- Dalí: www.salvador-dali.or

Fundación Loewe: www.blogfundacionloewe.es

Fundación Luois Vuitton París: www.fondationlouisvuitton.fr

Fundación Prada Milán: www.fondazioneprada.org

The Fashion and textile Museum – Londres, Inglaterra: www.ftmlondon.org

Musée de la Mode et du Textile: **www.lesartsdecoratifs.fr**

ModeMuseum (MoMu) – Amberes, Bélgica. **www.momu.be**

Fashion Museum, Bath, Reino Unido. **www.fashionmuseum.co.uk**

Museo del Lipstick – Berlín, Alemania. **www.lippenstiftmuseum.de**

Avant Guardian Fashion – Amberes, Bélgica. **theavantguardian.com**

MuDe – Lisboa, Portugal. **www.mude.pt**

Galleria del Costume – Florencia, Italia. **www.museumsinflorence.com**

Museo Christian Dior – Granville, Francia. **www.musee-dior-granville.com**

The Kyoto Costume Institute: **www.kci.or.jp**

Metropolitan Museum of Art: **www.metmuseum.org**

MoMA: **www.moma.org**

Museo Armani: **www.armanisilos.com**

REVISTAS DE MODA (REFERENCIAS)

Vogue

ELLE Magazine

Harper`s BAZAAR

W Magazine

Nylon

InStyle

Cosmopolitan

Surface

Vanity Fair

The New York Times Style Magazine

Marie Claire

Vanidad

Neo 2

Fahrenheit

Glamour

Telva

OTRAS WEB'S (REFERENCIAS)

Blog personal nanananitadotcom.wordpress.com

[Http://www.adaz.co.uk/](http://www.adaz.co.uk/)

[Http/: www.tendenciasfashionmag.com/the-t-shirt-issue/](http://www.tendenciasfashionmag.com/the-t-shirt-issue/)

[Http://www.jorgeleon.mx/2013/02/ichiro-suzuki-moda-3d/](http://www.jorgeleon.mx/2013/02/ichiro-suzuki-moda-3d/)

[Http://arteinternacional.blogspot.com.es/2009/04/como-analizar-una-obra-dearquitectura.html](http://arteinternacional.blogspot.com.es/2009/04/como-analizar-una-obra-dearquitectura.html)

[Http/: envolventesema.wordpress.com/tag/fashion/](http://envolventesema.wordpress.com/tag/fashion/)

[Http://web.escueladeartedejerez.es/8-de-marzo-dia-de-la-mujer-trabajadora-madame-vionnet/](http://web.escueladeartedejerez.es/8-de-marzo-dia-de-la-mujer-trabajadora-madame-vionnet/)

[Http://www.sofocomedia.com/es/blog/2013/june/madeleine-vionnet/](http://www.sofocomedia.com/es/blog/2013/june/madeleine-vionnet/)

[Http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2013-paris-rick-owens/7841](http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2013-paris-rick-owens/7841)

[Http://lahistoriadelamoda.webnode.es/historia-de-la-moda](http://lahistoriadelamoda.webnode.es/historia-de-la-moda)

[Http://www.sofocomedia.com/es/blog/2014/february/paco-rabanne/](http://www.sofocomedia.com/es/blog/2014/february/paco-rabanne/)

[Http://elartedelamodalamodadelarte.blogspot.com.es/](http://elartedelamodalamodadelarte.blogspot.com.es/)

<http://www.fahrenheitmagazine.com/vidaestilo/moda/la-moda-y-el-pop-art/>

[Http://www.newyorker.com/magazine/1931/03/14/31-rue-cambon-2](http://www.newyorker.com/magazine/1931/03/14/31-rue-cambon-2)

[Https://fashionlaboratory.wordpress.com/2015/07/13/constructivismo-en-la-moda/](https://fashionlaboratory.wordpress.com/2015/07/13/constructivismo-en-la-moda/)

[Http://www.shadowline1.com/lineadesombra/sombreros.htm](http://www.shadowline1.com/lineadesombra/sombreros.htm).

[Http://suite101.net/article/el-arte-y-la-moda-en-el-siglo-xx-a9554#.VpPPfPnhDIU](http://suite101.net/article/el-arte-y-la-moda-en-el-siglo-xx-a9554#.VpPPfPnhDIU).
2013.

[Http://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/cristobal-balenciaga/172](http://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/cristobal-balenciaga/172)

[Http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2014-paris-giambattista-valli/9251](http://www.vogue.es/desfiles/primavera-verano-2014-paris-giambattista-valli/9251)

[Http://naranjaimpar.es/moda-2/daisy-balloon/](http://naranjaimpar.es/moda-2/daisy-balloon/)

http://noticias.arq.com.mx/Detalles/9949.html#.VpTbg_nhDIV

[Http://www.retail.awanzo.com/tag/el-arte/](http://www.retail.awanzo.com/tag/el-arte/)

[Http://www.carlallanos.com/articulos/tipos-maquillaje.html](http://www.carlallanos.com/articulos/tipos-maquillaje.html)

[Http://www.tendenciasfashionmag.com/vanguardismo-moda-y-escultura/](http://www.tendenciasfashionmag.com/vanguardismo-moda-y-escultura/).

<http://vidayestilo.terra.es/moda/moda-reciclable-vestidos-hechos-con-materiales-insolitos>

[Http://culturacolectiva.com/julianne-moore-da-vida-a-grandes-pinturas-del-arte/](http://culturacolectiva.com/julianne-moore-da-vida-a-grandes-pinturas-del-arte/)

[Http://heelmemag.com/2014/07/26/lo-que-chanel-y-picasso-tienen-en-comun/](http://heelmemag.com/2014/07/26/lo-que-chanel-y-picasso-tienen-en-comun/)

[Http://www.uclm.es/artesonoro/FtMARINETI/html/manifiesto.html](http://www.uclm.es/artesonoro/FtMARINETI/html/manifiesto.html)

[Http://lacosturadeloinvisible.blogspot.com.es/](http://lacosturadeloinvisible.blogspot.com.es/)

[Http://azureazure.com/moda/lwren-scott-y-su-alegoria-del-amor](http://azureazure.com/moda/lwren-scott-y-su-alegoria-del-amor)

[Http://www.nylon.com/articles/espanol-moda-yves-moda-arte](http://www.nylon.com/articles/espanol-moda-yves-moda-arte)

[Http://www.tiempodehoy.com/sociedad/yves-saint-laurent-el-modisto-que-hizo-arte](http://www.tiempodehoy.com/sociedad/yves-saint-laurent-el-modisto-que-hizo-arte)

ARTÍCULOS EN WEB`S (REFERENCIAS)

Volúmenes revolucionarios. Publicado en <http://ecodiario.eleconomista.es/blogs/fondo-de-armario/tag/michael-kampe/>

Serie Arte y moda. <http://mujerdespuesdelos40.blogspot.com.es/2015/08/serie-arte-moda-yves-saint-laurent.html>

Artículo sobre la exposición de Chanel ***Coco y sus amigos***. 2014.
<http://www.museocasalis.org/nuevaweb/exposicion-coco-chanel-y-sus-amigos.html>

Artículo ***Las esculturas de Sayaka Ganz*** publicado en
<http://www.blog.artesostenible.org/2011/01/las-esculturas-de-sayaka-ganz/>. Blog de arte sostenible. (01/2011).

Artículo publicado ***Gabriela González y su Ars Indumenti*** en
<http://tamtampress.es/2015/04/07/la-disenadora-gabriela-gonzalez-presenta-su-ars-indumenti/>

Phillip Lim y el Pop Art de Roy Lichtenstein.
<http://www.styleisanattitude.com/2011/12/phillip-lim-y-el-pop-art-de-roy-lichtenstein.html>

Artículo ***El arte de la pintura en la moda.*** Publicado en FashionBlog México.2013.

Artículo ***20 maneras de conseguir un look Blancanieves.***
http://fashionisima.es/tag/nyfw_f14

Artículo publicado ***Azzedine Alaïa*** en <http://www.itfashion.com/cultura/arte-y-parte/costuraescultura-azzedine-alaia-en-la-historia-de-la-moda/>. (14/07/2015).

Artículo ***Expresionismo abstracto 1,2,3..Splash.*** The art showroom

Open Ceremony Magritte, esto no es una colección.
<http://www.brunchmag.com/articulo/open-ceremony-magritte-esto-no-es-una-coleccion.html>

Artículo Cultura, ***Frida Kahlo y la Moda*** en <http://www.ecos-online.de/solo-online/ampliaciones/ampliaciones-cultura-frida-kahlo-y-la-moda>

Thayalt between art and fashion, una exposición para saber más sobre Vionnet.
Publicado en la web www.embellezia.com

Frida Versus Moda Referencia a Blog propio
nanananitatodotcom.wordpress.com/2013/04/07/frida-vs-moda/

Artículo ***La moda en la vida y obra de Frida Kahlo***

Información obtenida en artículo ***¿Qué tienen en común la Alta Costura y el Impresionismo?*** Publicado en <http://lifestyle.tendencias.com/exposiciones/dior-impressions-que-tienen-en-comun-la-alta-costura-y-el-impresionismo-mas-de-lo-que-parece>

Artículo de Mayka Jiménez de Aranoa. ***Joseph Font: arte y moda.***
<http://lujosabarcelona.com/2009/07/08/josep-font-arte-y-moda/>

Artículo *Yves Saint Laurent y el arte*. Revista Elle (junio, 2008)

Artículo. *La colorida Moda de China y Miró*. Publicado en <http://www2.esmas.com/moda/noticias/219585/moda-china/>

Artículo *Un viaje al impresionismo con Christian Dior*. Blog tendencias: <http://www.tendencias.com/noticias-de-la-industria/un-viaje-al-impresionismo-con-christian-dior>

Artículo publicado <http://clinicatufet.com/blog/2012/10/11/chanel-otonoinvierno-2013>.

Artículo *La gran ola de Kanagawa*, publicado el 22 de abril de 2012 en la revista online paquizurita.

La colección de Alta Costura de Valentino inspirada en el pintor naif Henri Rosseau. Publicado en el blog Miss at la playa. Febrero 2014.

Artículo sobre *Joan Steinar* publicado en el blog Mujeres al borde. Abril 2013.

Artículo sobre *Susie Macmurray* publicado en la web de tendencias.tv. Abril 2012.

Artículo *Lia Xiofend y sus trajes en cerámica*. Publicado en el blog <http://lilondra.blogspot.com.es/2010/07/li-xiaofeng-y-sus-trajes-en-ceramica.html>.

Simbolismo. Pintura simbolista. Portal ArteEspaña.

Artículo publicado el 13 de noviembre del 2004 en El País. *Isabel Ulzurrun reúne sus esculturas blandas y abstractas*.

Referenciado en el artículo *Vuitton, Klimt y un viaje a la Viena de Poiret*. Publicado en <http://www.styleisanattitude.com/2012/03/vuitton-klimt-y-un-viaje-a-viena-de-poiret.html>. 2012.

Artículo publicado en el blog Reflejos de moda. Fecha 9 de febrero del 2014.

Artículo *El homenaje de Matín Churba a Alexander McQueen*. Publicado en www.yomujer.com. 2010. Artículo Creando Tramas. Publicado en el periódico La Nación, Argentina. Abril 2011.

Artículo *Balenciaga*, la Ñ de la moda, publicado en El Mundo (09/11/2010).

Artículo publicado en el Dia.es. Sección Moda. *La apuesta del modisto Manuel Fernández llegan a Benidorm*. Enero 2015.

Artículo sobre la exposición *Yayoi Kusama*. Sala Sabatini. <http://www.museoreinasofia.es/exposiciones/yayoi-kusama>

Redacción *Vogue*. Artículo *Vuitton loves Yayoi Kusama*. Publicado el 11 de julio de 2012.

Artículo *Moda futurista, pasado, presente y futuro*. Publicado en Triángulo Magazine. 2013.

Artículo redacción Vogue México *Las apariencias engañas*. Mayo 2013.
<http://www.vogue.mx/especiales/frida-kahlo/articulos/las-apariencias-enganan/1659>

Artículo Cultura, *Frida Kahlo y la Moda* en <http://www.ecos-online.de/solo-online/ampliaciones/ampliaciones-cultura-frida-kahlo-y-la-moda>

Artículo sobre la exposición *Cindy Sherman, Untitled Horrors*.
tdcindysherman.wordpress.com/tag/horror-and-surrealist-pictures/

Información obtenida en el artículo *Silvy Fleury*. Publicado en Laboral Centro de Arte y Creación Industrial. <http://www.laboralcentrodearte.org/es/recursos/personas/sylvie-fleury>

Artículo *El cubismo, Pablo Picasso y Fernando Lloret*. Blog descubriendo más. Publicado en junio 2015.

Artículo sobre *Yinka Shonibare* publicado en el blog Amor Arte info. Agosto 2012.

Artículo publicado *Jackson Pollock* en
jacksonpollocksigloxx.wordpress.com/expresionismo-abstracto/

Artículo *Nicola, Constantino y su otro yo* publicado en el blog Crítica Arte y Moda.

Artículo *Gustav Klimt, diálogo entre arte y moda*. Publicado en la web:
www.vestirsinsentido.com

Artículo *La moda en la Antigua Grecia*.
http://maycaculturaclasica.blogspot.com.es/2008_06_01_archive.html

VIDEOS DE INTERÉS

Alexander McQueen

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/flash-moda-monograficos/solo-moda-alexander-mcqueen-belleza-salvaje/1230191/>

Coco Chanel

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/flash-moda-monograficos/solo-moda-monograficos-chanel-casa-leyenda/2612821/>

Cristóbal Balenciaga. Monográfico Solo Moda

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/flash-moda-monograficos/solo-moda-balenciaga-arte-alta-costura/1269345/>

Giambattista Valli

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/flash-moda-monograficos/solo-moda-giambattista-valli/1834250/>

Iris Van Herper

<http://www.dw.com/es/moda-o-arte-los-dise%C3%B1os-de-iris-van-herpen/av-18878916>

Manuel Fernández y los trajes lienzo

[rtve.es/alacarta/videos/informe-semanal/informe-semanal-moda-hecha-arte/3085773/](http://www.rtve.es/alacarta/videos/informe-semanal/informe-semanal-moda-hecha-arte/3085773/)

Paco Rabanne

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/flash-moda-monograficos/solo-moda-paco-rabanne-poeta-del-metal/1164604/>

Pieere Cardin

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/flash-moda-monograficos/solo-moda-pierre-cardin/1492459/>

Viktor & Rolf

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/flash-moda-monograficos/solo-moda-20111104-1955-169/1241523/>

Vogue, fusiona arte, moda y fotografía

<http://www.abc.es/videos-cultura/20150809/vogue-fusiona-arte-moda-4409667373001.html>

Yves Saint Laurent

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/flash-moda-monograficos/solo-moda-yves-saint-laurent-principe-moda/1285062/>